



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2022



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL





RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2022

TÍTULO:

“Relatório de Regulação 2022”

EDIÇÃO:

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO GERAL:

Conselho Regulador

COORDENADORES DE ÁREAS:

Ana Isabel Ferreira
Departamento Jurídico e Unidade de Contraordenações

Tânia de Morais Soares
Departamento de Análise de *Media*

Joana Duarte
Departamento de Supervisão

Vanda Cruz
Unidade de Registos

Carla Martins
Unidade de Transparência dos *Media*

Adelaide de Jesus
Unidade de Biblioteca, Documentação e Arquivo

Catarina Rodrigues
Unidade de Comunicação e Relações Exteriores

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Nuno Miguel Tomás

ISSN:

1647-8959

Lisboa, setembro de 2023

ÍNDICE

VOLUME I

APRESENTAÇÃO	5
SUMÁRIO EXECUTIVO	7
ATIVIDADE REGULATÓRIA	
A ERC em 2022 números mais significativos	46
Deliberações do Conselho Regulador	48
Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2022	65
Os <i>media</i> digitais e a desinformação	83
Atividades de literacia mediática da ERC em 2022	110
Liberdade de expressão e de informação e direitos de personalidade: algumas notas e principais deliberações da ERC	135
Atividade regulatória sobre a guerra na Ucrânia em 2022	143
Direitos de resposta e de retificação	150
A atividade sancionatória da ERC	156
OS MEIOS	
Publicidade institucional do Estado	168
Registo de órgãos de comunicação social	180
Sondagens e inquéritos de opinião	202
Análise económico-financeira do setor de <i>media</i> em Portugal em 2022	231
Transparência dos <i>media</i> : Titularidade, gestão e meios de financiamento	286
RADIODIFUSÃO SONORA	
Análise das obrigações de programação da rádio pública – Antena 1, Antena 2 e Antena 3	338
Títulos habilitadores para o exercício de radiodifusão sonora	377
Atividade de fiscalização das rádios locais	385
Quotas de música portuguesa	388
Quotas de música portuguesa - serviço público	410

VOLUME II

TELEVISÃO

Pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos: Análise das obrigações de programação - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3	422
Análise de programação:	
Caracterização geral dos <i>talk shows</i> televisivos matinais dos serviços de programas: RTP1, SIC, TVI e CMTV em 2022	490
Infoentretenimento nos <i>talk shows</i> televisivos matinais dos serviços de programas: RTP1, SIC, TVI e CMTV em 2022	510
Menores nos <i>talk shows</i> televisivos matinais dos serviços de programas: RTP1, SIC, TVI e CMTV em 2022	545
Representação da violência doméstica nos <i>talk shows</i> televisivos matinais dos serviços de programas: RTP1, SIC, TVI e CMTV em 2022 (estudo de caso)	572
Anúncio da programação	588
Publicidade televisiva e níveis de volume sonoro	604
Acessibilidade dos serviços de programas televisivos	617
Difusão de obras audiovisuais - defesa da língua portuguesa	626
Difusão de obras audiovisuais - produção europeia e produção independente	641
O mercado audiovisual português	661



VOLUME I

Apresentação

APRESENTAÇÃO



O Relatório Anual de Regulação constitui uma ferramenta fundamental para acompanhar a transparência do trabalho da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social e, mais amplamente, a cultura de regulação dos *media* no nosso País.

Ao remeter o documento à Assembleia da República e disponibilizá-lo publicamente, a ERC dá cumprimento ao n.º 2 do artigo 73.º dos seus Estatutos. A mais recente edição, relativa a 2022, foi elaborada durante a vigência do terceiro Conselho Regulador da Entidade, cujo mandato findou em novembro de 2023.

Os capítulos em que se organiza o Relatório estão estruturados em quatro seções (Atividade Regulatória, Os Meios, Radio-difusão Sonora e Televisão) e percorrem, entre outras temáticas, os *media* digitais e a desinformação, a cobertura informativa de conflitos armados, a literacia mediática, o direito de resposta e de retificação, a transparência da propriedade, os ativos e a estrutura de financiamento dos principais grupos portugueses de comunicação, a avaliação ao cumprimento das quotas de difusão de música portuguesa e de difusão de obras audiovisuais, a análise ao pluralismo e diversidade nas grelhas de programação e a hibridiz de conteúdos, representação mediática de menores e da violência domésticas nos *talkshows* matinais.

O documento corporiza a intensa atividade regulatória e de supervisão do setor da comunicação social, prosseguida pelos Departamentos e Unidades da Entidade, sempre orientada pela matriz fundamental da instituição – o interesse público e o serviço à sociedade.



VOLUME I

Sumário Executivo

SUMÁRIO EXECUTIVO



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

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

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

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

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

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

O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006.

Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos setores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2022**.



ATIVIDADE REGULATÓRIA

A ERC EM 2022 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

Sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2022:

- **437** Deliberações;
- **1** Diretiva;
- **405** Informações;
- **41** Reuniões do Conselho Regulador;
- **2** Reuniões do Conselho Consultivo;
- **1** Audição do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto.

E ainda:

- **8991** Entradas;
- **1063** Processos abertos;
- **80** Recursos humanos;
- **25 293,00 euros** investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas);
- **10** Publicações.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

Em 2022, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 437 deliberações e uma Diretiva relativa à cobertura informativa de guerras e conflitos armados, no seguimento do procedimento de consulta pública aberto, a 25 de maio, para o seu [“Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa Televisiva de Guerras e Conflitos Armados”](#).

Em 2022, refira-se ainda que o Conselho Regulador aprovou também 405 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos officiosos de análise e fiscalização.

28 das pronúncias produzidas pela ERC, sob a forma de deliberação, refletem uma etapa intermédia do procedimento, como seja a notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador. Numa fase posterior, outra deliberação concluirá a apreciação do caso. As deliberações da ERC que correspondem a momentos intercalares antes da decisão final não são alvo de publicação no sítio eletrónico da ERC.

A análise à atividade total deliberada pelo Conselho Regulador mostra que as queixas e participações que visam o meio Televisão representam 35,70 % (156 deliberações) e que são sobretudo motivadas por questões de conteúdos jornalísticos – como faltas de rigor informativo nos telejornais do horário nobre e de tratamento equitativo das candidaturas às eleições legislativas de janeiro – e, em segundo lugar, por matérias respeitantes aos limites à liberdade de programação no entretenimento, com predomínio do *reality show* “Big Brother” e de vários *talk shows* transmitidos de manhã.

Na representação gráfica por suporte do meio de comunicação visado na totalidade das deliberações aprovadas pela ERC, segue-se a Internet, através de 90 deliberações (20,59 %), a Imprensa, com 72 deliberações (16,48 %) e a Rádio, com 48 deliberações (10,98 %). A categoria meio de comunicação social “Diversos” que contempla decisões sobre situações que envolvem diferentes OCS ou que se apresentam em formatos distintos (no suporte impresso e na edição eletrónica de um

jornal, ou ainda conteúdos divulgados por uma agência de notícias ou uma publicação exclusivamente eletrónica e por um serviço de programas) somou 71 deliberações e representa 16,25 %.

Desde 2006, a ERC emitiu um total de 4995 deliberações. Estas são tomadas por maioria, exigindo-se o voto favorável de três dos cinco membros que estatutariamente compõem o órgão responsável por definir e implementar a atividade regulatória da Entidade.

Em 2022, o Conselho Regulador completou cinco anos de mandato. Os estatutos da ERC determinam que o Conselho Regulador reúna ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou a solicitação de dois dos restantes membros.

O falecimento do Vice-Presidente Mário Mesquita, em 27 de maio de 2022, determinou que o ciclo de Conselheiros então em funções passasse, a partir dessa data, a apresentar uma composição de quatro membros.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2022

Enumeram-se as principais ações que a ERC começou ou concluiu durante 2022, em matéria de regulação e de supervisão.

ERC condena situação que configura atentado às liberdades de expressão, de informação e de programação

A ERC repudiou o ataque perpetrado no dia 2 de janeiro contra o Grupo Impresa, que devastou o seu sistema informático e causou a destruição massiva de ficheiros em arquivo, afetando, em muito, a capacidade editorial e o desempenho dos respetivos órgãos de comunicação social. A ERC expressou, através de comunicado, que se tratava de um ato de extrema gravidade, que constituía não apenas um ataque a uma empresa em particular, mas também um atentado às liberdades de expressão, de informação e de programação, pilares fundamentais da democracia [consagradas nos artigos 37.º e 38.º da Constituição da República Portuguesa e na legislação sectorial específica]. A ERC apelou ao Ministério Público e às entidades judiciais de investigação criminal para que usassem do máximo rigor na investigação e ulterior punição dos responsáveis por atos deste tipo.

ERC relembra as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião

No dia 17 de janeiro de 2022, a ERC publicou no seu sítio eletrónico e nas suas páginas Facebook e Twitter uma informação a relembrar alguns aspetos do tratamento das sondagens e inquéritos de opinião, tal como se encontram atualmente definidos na Lei das Sondagens e em normas técnicas de referência fixadas pela ERC, considerando a aproximação à Eleição para a Assembleia da República 2022, no dia 30 de janeiro.

Nessa comunicação, a ERC recordou que os órgãos de comunicação social desempenham um papel decisivo na sustentação do sistema democrático e na formação da opinião pública em períodos eleitorais, assumindo, por isso, particulares responsabilidades informativas em matérias eleitorais.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

Em 2022, a ERC prosseguiu a sua ação como membro permanente do [GILM](#) - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 10.ª edição da iniciativa “7 dias com os *Media*”, sob o lema “Eu, as Redes Sociais e os *Media*: que relação é esta?”.

Nesse âmbito, a ERC promoveu, no dia 5 de maio, no Centro de Juventude de Braga, um exercício de análise, reflexão e debate em torno dos eixos: Desinformação - Regulação - Literacia dos *Media*. Este *workshop* decorreu no quadro do Festival Política e partiu da análise de exemplos de conteúdos visados em queixas recebidas pela ERC como sendo potenciais casos de desinformação, nomeadamente sobre temas da atualidade, como a pandemia de Covid-19 ou a guerra Rússia - Ucrânia. Com a condução deste encontro, a ERC procurou ajudar a compreender e a esclarecer os desafios que o combate à desinformação pode colocar a quem tem a missão de regular a atividade da comunicação

social, bem como abraçar uma oportunidade para celebrar o potencial da capacitação do cidadão para lidar de forma crítica e informada com este (e outros) desafio(s) que os media colocam.

Em matéria de literacia mediática, assinala-se, em 2022, também o facto de uma equipa do Departamento de Análise de *Media* da ERC ter integrado, entre os dias 20 e 24 de junho, uma ação de formação do projeto de literacia dos *media* e da informação “[TeamUp! Media for adult education](#)”, que se destina a apoiar a educação não formal de adultos (18-65 anos), sobretudo em ambiente digital. A participação da ERC decorreu a convite da organização não governamental [4Change](#), que desenvolve em Portugal este projeto apoiado pela União Europeia, ao abrigo do programa Erasmus +.

A ação de formação decorreu em Atenas e teve como objetivos a preparação dos currículos das formações dirigidas a formadores, professores e bibliotecários e público em geral, assim como a validação de uma caixa de recursos para a aquisição de competências de literacia mediática e digital. Além da equipa nacional, o encontro envolveu técnicos de organizações de França (*ERIM Equal Rights & Independent Media – Assisting nations and peoples in their development*), de Itália (*FORMA.Azione - Il sapere per tutti*) e da Grécia (*Karpos - Κέντρο εκπαίδευσης οπτικοακουστικών μέσων - Καρπός*).

Em 2022, merece também destaque a [avaliação](#) que a ERC fez, com recurso à ferramenta interativa *online* [EduMedia-Test](#), do nível de Literacia Mediática de 2636 jovens portugueses, entre os 14 e os 18 anos, tendo concluído que se encontra num patamar semelhante ao verificado em jovens oriundos da Catalunha, França, Irlanda, Eslováquia, Croácia e Grécia. Os resultados apurados revelam também que Portugal superou a pontuação média dos países europeus considerados nesta análise, em quatro das seis dimensões em apreciação: Estética/Tecnologia/Produção e Difusão/Linguagem.

O ano 2022 fica também marcado pelo anúncio feito pela ERC de que se associou ao projeto internacional “[Desafio de Educação para os Media](#)”, promovido pelo programa educativo [mSchools](#), que pretende identificar, nas zonas geográficas da Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal, as seis melhores experiências de educação para os *media*, implementadas desde janeiro de 2019, e dirigidas a alunos dos 6 aos 18 anos. O propósito será depois replicá-las em estabelecimentos de ensino de contextos territoriais distintos.

Na tarefa de identificação das melhores experiências de educação para os *media*, em Portugal, a ERC anunciou a colaboração de dois parceiros de longa data, com vasta experiência na área da educação: a Direção-Geral de Educação e a Rede de Bibliotecas Escolares. O envolvimento da ERC neste projeto ocorre no âmbito do grupo de literacia mediática da Plataforma de Reguladores do Audiovisual de Iberoamerica e enquadra-se na missão da Entidade de contribuir para a promoção de iniciativas que permitam o desenvolvimento da educação para os *media* e de melhores níveis de literacia mediática

ERC lança quinto livro da Coleção “Regulação dos Media”

A ERC [apresentou](#), no dia 31 de março, no Auditório da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa, em Lisboa, o livro “Discurso de ódio, jornalismo e participação das audiências”, que integra o projeto editorial Coleção “Regulação dos Media”, que se propõe publicar diferentes edições sobre problemáticas contemporâneas do universo dos *media* que são simultaneamente questões fulcrais da regulação setorial e que têm por base estudos promovidos pela ERC e conduzidos por equipas de investigadores internas e externas.

A obra publicada em 2022 pretende contribuir para a pesquisa e a reflexão em torno do discurso de ódio *online*, bem como propor possíveis mecanismos de resposta enquadrados nas funções basilares do jornalismo em democracia e convocando as organizações jornalísticas para a sua prevenção, tendo em conta a sua responsabilidade moral e social na promoção da diversidade, igualdade e não discriminação. A obra inclui um estudo de caso sobre a presença de incivildade e de discurso de ódio nas caixas de comentários *online* de vários jornais durante as campanhas para as Legislativas de 2015 e de 2019 e, ainda, sugestões de boas-práticas para as organizações jornalísticas tendo em vista o combate ao discurso de ódio.

ERC emite Diretiva relativa à cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 24 de agosto de 2022, a [Diretiva 1/2022](#) na qual dirige um conjunto de orientações e recomendações aos órgãos de comunicação social, em especial aos serviços de programas televisivos, relativas à cobertura informativa de guerras e conflitos armados, exortando-os ao seu acolhimento.

A aprovação desta Diretiva surge no seguimento do procedimento de consulta pública aberto, a 25 de maio, para o seu [“Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa Televisiva de Guerras e Conflitos Armados”](#).

ERC participa no Exercício Nacional de Cibersegurança 2022

A ERC participou, nos dias 8 e 9 de junho, no Exercício Nacional de Cibersegurança 2022 que simulou vulnerabilidades e respostas a ataques informáticos, nos setores da Saúde, Infraestruturas Energéticas e Telecomunicações. No exercício, a ação do regulador da comunicação social concentrou-se na monitorização da cobertura informativa dos ataques informáticos a hospitais, centros de saúde e laboratórios de análises clínicas e no alerta aos órgãos de comunicação social para a necessidade de observarem escrupulosamente os deveres especiais de proteção da privacidade e intimidade dos cidadãos e reforçarem os procedimentos de verificação de factos, evitando criar ou propagar situações de alarme social e campanhas de desinformação.

ERC convida autarquias e associações a responderem a inquérito sobre as rádios locais em Portugal

Entre setembro e outubro de 2022, a ERC lançou um inquérito por questionário de preenchimento *online*, dirigido às autarquias e organizações do setor público e privado com maior proximidade às populações, com o propósito de conhecer a opinião e as necessidades sentidas por estas instituições, no que diz respeito às rádios que difundem no seu território. Os contributos recebidos pela ERC serão condensados num novo volume do estudo editado pela ERC sobre “A Rádio em Portugal” e virão complementar os dados já obtidos pela ERC no questionário que dirigiu à população de ouvintes e não ouvintes de rádio local, permitindo ajudar a caracterizar a realidade atual da relação das rádios com a comunidade em que se inserem, pela perspetiva dos atores locais. E simultaneamente aferir como, face ao quadro normativo atual, a rádio local está a contribuir para os princípios da independência, da diversidade, do pluralismo e da oferta no panorama radiofónico nacional, caracterizando-se a relevância que as rádios locais assumem, nos dias de hoje, nas respetivas comunidades geográficas e como, por essa via, servem os princípios da universalidade e da coesão territorial.

ERC altera Plano Plurianual que define obrigações que emissões televisivas têm de cumprir entre 1 de janeiro de 2022 e 31 de dezembro de 2025 para permitirem o acompanhamento por pessoas com necessidades especiais

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 24 de agosto de 2022, a [Deliberação ERC/2022/261 \(OUT-TV\)](#) que procede à alteração ao Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais.

Em concreto, é alterada a obrigação de implementação de uma janela reservada ao intérprete de língua gestual portuguesa, constante dos pontos 1.3, 2.3, 4.2, 5.2, 8.3, 8.7, 11.2 e 12.2 do Plano Plurianual, no sentido de que a janela em apreço não poderá ter uma dimensão inferior a 1/15 do ecrã em todos os casos ali referidos, mantendo-se inalterada a recomendação de uma dimensão de 1/6 do ecrã. Paralelamente, a obrigação constante do ponto n.º 26 das Regras Específicas do Plano Plurianual passa a ter a seguinte redação: «Sempre que se revele exequível, em função dos planos técnico, operacional, económico e editorial, e exista legendagem dos excertos falados em idiomas estrangeiros, nas peças inseridas nos serviços noticiosos, estes deverão ser acompanhados de locução em língua portuguesa.» E a obrigação constante do segundo parágrafo do ponto n.º 27.2 das Regras Complementares do Plano Plurianual passa a ter a seguinte redação: «A dimensão da janela do intérprete de língua gestual, conforme fixado, não poderá ter uma dimensão inferior a 1/15».

ERC relembra boas-práticas na cobertura jornalística da violência doméstica

O Plano de Ação da ERC para a Promoção da Igualdade entre Mulheres e Homens e Luta contra os Estereótipos de Género tem procurado contribuir para a discussão pública em torno das representações sociais e mediáticas da violência na intimidade e incentivar o compromisso dos meios de comunicação social na prevenção e erradicação da violência doméstica. No 25 de novembro, data em que se assinala o Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra a Mulher, a ERC partici-

pou do II Fórum Portugal contra a Violência: combate à violência contra as mulheres e a violência de género, integrada no segmento “O papel dos órgãos de comunicação social na prevenção e combate à violência doméstica”.

A partir do estudo “[Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre](#)” e das recomendações na [Diretiva 2019/1 - sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica](#), a ERC defendeu a promoção de ações no terreno para aplicar nas redações as boas-práticas preconizadas, envolvendo grupos de jornalistas e organizações do setor, como fazem outras entidades internacionais.

Pronúncia da ERC a respeito do futuro Regulamento da transparência e direcionamento da publicidade política

A ERC transmitiu ao Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA) que entendia existirem algumas fragilidades no texto do Parlamento e Conselho Europeu sobre a futura [regulamentação](#) do modo como a inserção de publicidade política em órgãos de comunicação social se poderá tornar mais transparente. O contexto implica a necessidade de serem conhecidos os mecanismos de direcionamento da propaganda a partir da segmentação do público como alvo definido através de características como idade, localização, ocupação, entre outras.

Comentários produzidos pela ERC sobre o futuro Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social

No texto de resposta à [consulta pública aberta pela Comissão Europeia](#) sobre o futuro Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social (RELMCS), o regulador português valorizou «o núcleo dos princípios partilhados [...] a salvaguarda da liberdade dos *media* e do pluralismo, a proteção dos jornalistas, a independência do ERGA e dos reguladores nacionais de *media*».

A ERC disse acreditar que o que estava a ser preparado na área legislativa da União Europeia sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social configurava uma oportunidade estratégica para fortalecer o papel e a estrutura do Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA). Por outro lado, defendeu que era crucial acompanhar estas negociações de forma equilibrada e cautelosa, com os olhos postos no futuro, para que os cidadãos e o setor da comunicação social continuem a ver o ERGA e os reguladores nacionais como entidades independentes e razoáveis.

No comentário à “Introdução”, o regulador dos *media* português propôs a valorização da «independência dos jornalistas como valor central a perseguir em todos os tempos e casos». E propôs acrescentar que «as ações de literacia mediática e para a informação para todos os cidadãos (crianças e adultos) devem ser reforçadas em toda a UE e previstas no RELMCS como uma estratégia indispensável e, alinhadas com valores europeus partilhados, para combate à desinformação» e «para responder a [...] preocupações» associadas às práticas de «canais/*media* não europeus».

Acerca das “Observações preliminares”, a ERC congratulou-se com a referência ao princípio da subsidiariedade e à salvaguarda dos regimes nacionais com bom desempenho e propõe acrescentar a referência ao princípio da proporcionalidade. Para os casos em que a União Europeia possa intervir para assegurar o princípio da liberdade dos *media* em risco num Estado-membro.

Em resposta ao ponto acerca da “Defesa de um Mercado Interno de *Media* na União Europeia, Independência dos *Media* e Pluralismo”, a ERC considerou prematuro prever a emissão de pareceres sobre casos específicos, dada a atual falta de substância do Regulamento e a nova configuração institucional do ERGA ainda em aberto. «A previsão de tal competência poderia colidir com [as] dos reguladores nacionais», pelo que o regulador português a admite apenas se fosse um «parecer não vinculativo».

A mesma recusa, pelas mesmas razões, merece essa figura na área da “Transparência e Independência dos Mercados de *Media*”, em particular a sua propriedade. A ERC sugeriu eliminar a referência a «regras estruturais» no parágrafo sobre “Procedimentos de escrutínio do mercado dos *media* e restrições à entrada e atividade” e substituir a referência ao «direito da UE» por «Regulamento da UE».

Na dimensão das “condições para mercados de *media* saudáveis, para uma cobertura equilibrada e imparcial e convergência e cooperação regulatória”, a ERC sublinhou como o enquadramento europeu; «a nossa independência e o nosso olhar diferenciado para os meios de comunicação social [...] devem permitir-nos manter o foco na salvaguarda

da liberdade [...], conforme prescrito nas nossas constituições nacionais e estabelecido no artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia». Neste sentido, a ERC propôs alterar o parágrafo acerca das atuações sobre «canais/ *media* não europeus», em que o ERGA defendeu que o RELMCS «preveja um intercâmbio de informação mais sistemático e explore a possibilidade de introduzir um mecanismo de reconhecimento mútuo das decisões, [...] de ajuda mútua para o acompanhamento», e introduzir a frase já citada sobre literacia mediática e informacional «para resolver estas preocupações».

Na “Conclusão”, a ERC discordou da referência a um instrumento legislativo nessa fase e sugeriu a substituição da palavra «deveria» por «poderia» [propor um instrumento legislativo], pois tal decisão «depende da avaliação de impacto ainda incerta e, por outro lado, tal redação pode ser vista como institucionalmente inadequada, uma vez que essa decisão cabe à Comissão».

ERC questiona comunicado do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais sobre sanções aos *media* estatais russos

No dia 8 de março, a ERC participou, por videoconferência, na reunião extraordinária do Subgrupo 3 do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA) onde assumiu que se solidariza com as populações atualmente em conflito e reconhece o trabalho desenvolvido pelos jornalistas e pelos meios de comunicação no terreno. A ERC recordou que é uma entidade autónoma e independente do Governo português e, por maioria de razão, assume absoluta neutralidade em relação às políticas seguidas pela Comissão Europeia ou pelo Conselho da União Europeia.

A ERC declarou ainda que, apesar de ser membro de pleno direito do ERGA, não recebeu nenhuma notificação prévia ou posterior relativa ao comunicado de imprensa deste Grupo, de 2 de março, intitulado: [“O ERGA está unido e pronto para contribuir para a eficácia das novas sanções económicas da UE contra os *media* controlados pelo Estado russo”](#), tendo só tomado conhecimento desta mensagem quando já estava publicada no site do ERGA.

Considerando que esta declaração é apresentada como uma posição unânime dos membros do ERGA (“*ERGA stands United*”), a ERC manifestou aos presentes na reunião que esta expressão não era rigorosa dado que esta Entidade não foi consultada.

A ERC sublinhou ainda que «em tempos difíceis, a nossa missão é ainda mais desafiante. A nossa independência e o nosso olhar especializado sobre os meios de comunicação social devem permitir-nos manter o foco na salvaguarda da liberdade dos meios de comunicação social, conforme prescrito na nossa Constituição e conforme estabelecido no artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia (liberdade de expressão e informação). O entendimento da ERC é que quaisquer medidas que possam interferir nesses princípios fundamentais devem ser cautelosamente apreciadas».

A ERC concluiu a sua intervenção expressando que, relativamente ao Regulamento do Conselho da União Europeia, está preocupada, entre outras questões, com o facto de não estar prevista uma data específica para a revisão do conjunto de medidas restritivas.

A ERC considera necessário avaliar estas situações com mais tempo, aplicando critérios científicos para analisar os conteúdos divulgados por estes canais, de forma a não comprometer a liberdade de imprensa enquanto valor fundamental e diferenciador das democracias europeias.

ERC produz novos Estudos e Relatórios sobre a realidade mediática portuguesa

A ERC tem sido, ao longo dos anos, bastante ativa na produção de estudos e relatórios conduzidos pelos seus serviços e que permitem um conhecimento atual e aprofundado sobre a realidade mediática portuguesa.

Em baixo, indicam-se os títulos dos trabalhos produzidos em 2022:

- [Estudo “A Rádio em Portugal. Uma década de intervenção regulatória”](#)
- [Relatório “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2021”](#)
- [Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições em Legislativas 2022”](#)
- [Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político](#)
- [Relatório “Difusão de Música Portuguesa em 2021”](#)
- [Regime da Transparência dos Media – Prática Regulatória 2016-2021”](#)
- [Relatório “Acessibilidade dos serviços de programas televisivos em 2021”](#)
- [Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2021”](#)

ERC mantém relações com entidades estrangeiras congéneres

Em 2022, a ERC prosseguiu a realização de encontros e ações de intercâmbio e de colaboração com entidades congéneres estrangeiras.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

A atividade da ERC relativa à área dos *media* digitais e desinformação desenrolou-se em 2022 em torno de dois eixos de atuação: a ação ao nível interno e as iniciativas de alcance internacional no âmbito da colaboração com outras entidades. No plano nacional, destaque para a criação de um **Grupo de Trabalho interno** com vista à identificação e operacionalização dos critérios definidores da jurisdição do Estado português sobre **plataformas de partilha de vídeos** (PPV), **serviços audiovisuais a pedido** (SAP) e **serviços de programas de televisão** (SPTV), cujo relatório foi aprovado pelo Conselho Regulador e que orientará a ERC neste âmbito específico da regulação. Recorde-se que o alargamento das competências da ERC neste domínio, incluindo a fiscalização da conformidade das PPV às novas exigências legais, decorre da **Lei n.º 74/2020, de 17 de novembro**, que a transpõe a **Diretiva (UE) 2018/1808**, de 14 de novembro de 2018.

Também no plano nacional, assinala-se a conclusão do processo legislativo relativo à “**Carta Portuguesa dos Direitos Fundamentais na Era Digital**”. Em agosto de 2022 foi publicada a Lei n.º 15/2022, de 11 de agosto, que «Simplifica o regime de proteção contra a desinformação e assegura a sua articulação com o Plano Europeu de Ação contra a Desinformação, alterando a Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que aprova a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital», e que entrara em vigor um ano antes. A ERC teve oportunidade de se pronunciar em sede de parecer sobre os projetos de lei que levaram à sua modificação. Na nova versão, são eliminados os números 2 a 6 do artigo 6.º que, mantendo em epígrafe o **direito à proteção contra a desinformação**, é reduzido a um único ponto consagrando uma declaração genérica que responsabiliza o Estado pelo combate ao fenómeno, ainda que não especifique a forma como tal se materializa.

Refira-se ainda a atualização e aprofundamento do **estudo “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”**, cuja versão decorrente desse trabalho se encontra disponível em formato de livro¹ integrada na coleção da ERC “Regulação dos *Media*”.

No plano europeu, no âmbito do ERGA - *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* [Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de *Media* Audiovisuais], destaca-se o acompanhamento da regulação das PPV pelos reguladores europeus, através da **monitorização da aplicação do artigo 28b da Diretiva** dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva SCSA). Este trabalho traduziu-se na publicação de dois relatórios que refletem a forma como os Estados-membros estão a colocar em prática esta disposição da Diretiva.

¹ “A DESINFORMAÇÃO Contexto Europeu e Nacional”, MARTINS, C.; PEREIRA, E. (coord.), Almedina, 2023

Deve ainda registar-se, em 2022, a colaboração da ERC, no âmbito do ERGA, no processo que levou à adoção do “**Regulamento dos Mercados Digitais**” (*Digital Market Act*) e do “**Regulamento dos Serviços Digitais**” (*Digital Services Act*). O primeiro diploma comunitário entrou em vigor em 1 de novembro de 2022 e as suas regras aplicam-se a partir de 2 de maio de 2023; A Comissão Europeia concluirá o processo de designação dos *gatekeepers* digitais até 6 de setembro de 2023, que terão seis meses para cumprir as novas obrigações decorrentes do Regulamento, ou seja, até março de 2024. O segundo diploma foi publicado no Jornal Oficial da União Europeia em 27 de outubro de 2022, entrando algumas normas em vigor a 16 de novembro de 2022, e será plenamente aplicável a partir de 17 de fevereiro de 2024.

Em paralelo, a ERC participou nas iniciativas do ERGA relativas a dois outros importantes instrumentos na área da regulação do ambiente digital, designadamente o Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA) e o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política.

Saliente-se ainda que a adoção do “**Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado**”, em junho de 2022, tem vindo a mobilizar esforços relevantes que visam construir um quadro de **implementação e de monitorização** que garanta que os compromissos e medidas destinadas a dar-lhes cumprimento produzem efeitos ao nível do funcionamento dos serviços fornecidos pelos signatários, permitindo a **mensuração dos efeitos** produzidos ao nível da difusão de desinformação através dos seus serviços. Neste âmbito, foi constituída uma *Task-force* Permanente, composta por Comissão Europeia, reguladores nacionais através do ERGA e signatários (que assumem naturezas diversas), que visa constituir um quadro sólido destinado a monitorizar as medidas adotadas para cumprir o Código e tornar mensuráveis os seus efeitos. A ERC tem acompanhado este processo através da sua participação no ERGA.

Além da participação ativa nas ações do ERGA, a ERC participou em 2022 em sessões de trabalho promovidas pela **EPRA** – *European Platform of Regulatory Authorities* destinadas à partilha de experiências regulatórias e boas-práticas entre reguladores. Destaca-se a participação em sessões sobre a regulação das PPV, com especial relevo para a área da proteção dos públicos menores relativamente a conteúdos passíveis de prejudicar o seu desenvolvimento.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2022

Na elaboração do retrato² da atividade anual da ERC para o ano 2022 relacionada com a Literacia Mediática (LM), considera-se relevante destacar dois projetos de âmbito internacional:

- [TeamUp! – Media for adult education!](#) – com o objetivo de proporcionar uma formação gratuita em literacia para os *media* e da informação (com foco em competências digitais) pensada sobretudo para profissionais que trabalham ou interessados em trabalhar com adultos e para que possam desenvolver iniciativas de LM junto desses públicos. A ERC colabora através da organização não-governamental [4Change](#), responsável pela coordenação em Portugal deste projeto que abrange França, Itália e Grécia. A grande novidade para o regulador é o investimento num projeto dirigido ao público adulto e baseado na educação não formal.
- [mSchools – Desafio de educação para os media \(2022/2023\)](#)³ com o objetivo de identificar, reconhecer e divulgar boas experiências de educação para os *media* concretizadas por professores com os seus alunos em escolas do âmbito geográfico ibero-americano (Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú, Portugal) através de formação especializada disponibilizada por uma equipa de peritos do *mSchool*, programa educativo originário da Catalunha que ajuda a promover a cidadania digital como elemento de uma educação sustentável e inclusiva, em que as tecnologias móveis surgem como facilitadoras da aprendizagem.

A nível nacional:

- Dinamização de sessões/*workshops* de literacia mediática sobre desinformação e falsas narrativas *online*, com base em conteúdos identificados a partir de queixas recebidas pela ERC. São de referir uma sessão com

² Desde a edição de 2016, o Relatório de Regulação passou a incluir um capítulo sobre as atividades de Literacia Mediática com envolvimento da ERC.

³ Tradução adotada da versão original em castelhano “Reto por la Educación Mediática”.

o Colégio João de Barros (Leiria), inserida no âmbito Parlamento dos Jovens; a dinamização de workshops (presenciais) inseridos no [Festival Política](#) (uma iniciativa da Associação Isonomia); a dinamização de um *workshop* (em formato híbrido) enquadrado no VI Encontro Nacional de Educação para os *Media*, iniciativa promovida pela Direcção-Geral da Educação (DGE) em parceria com o Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) e o Centro de Formação António Sérgio.

- Enquanto membro permanente do GILM, a ERC voltou a integrar o grupo de trabalho responsável pela dinamização da operação “7 dias com os *media* 2022”. Integrou também o grupo de trabalho destinado a organizar o [VI Congresso Literacia, Media e Cidadania – Transição digital e Políticas públicas](#), que se viria a realizar já em 2023, nos dias 21 e 22 de abril, na Escola Superior de Comunicação Social, em Lisboa⁴.

É de referir que, em março, a ERC participou na promoção/divulgação do webinar “Liberdade dos *Media*: vítima da guerra?”. Tendo como contexto o conflito Rússia – Ucrânia, com o objetivo de debater as questões da liberdade de expressão e liberdade dos *media*. Em maio, a ERC participou na reunião inaugural do Conselho Consultivo do GILM (grupo de peritos e representantes de instituições com interesse na promoção e desenvolvimento da LM convidados para se pronunciarem, entre outras matérias, sobre a estratégia a seguir em relação à LM e o plano de atividades do GILM).

Ainda no contexto das atividades nacionais, é de referir a participação numa aula do Mestrado em Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital da Universidade Lusófona do Porto (a convite da coordenadora do mestrado) com o objetivo de apresentar um retrato sobre o trabalho desenvolvido pela ERC nesta área.

A nível internacional:

- Continuação da participação nos grupos de trabalho sobre literacia mediática do *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA), da *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA, cujo grupo de trabalho se designa EMIL – EPRA Media and Information Literacy Taskforce). Foram acompanhados dois encontros do *Réseux des Instances de Régulation Méditerranéennes* (RIRM/MNRA) e foi desenvolvido o acima referido projeto *mschools – Desafio de Educação para os Media* (PRAI). Foram ainda acompanhados *webinars* da associação *Media & Learning Association*, sobretudo relacionados com a atividade dos *hubs* do *European Digital Media Observatory* (EDMO), bem como da *European Media Literacy Week*.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DE INFORMAÇÃO E DIREITOS DE PERSONALIDADE

Constitui objetivo da regulação, nos termos do artigo 7.º, alínea f), dos Estatutos da ERC, «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais sempre que os mesmos estejam em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdos de comunicação social sujeitos à sua regulação».

O artigo 8.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, por seu turno, investe a ERC na atribuição de «garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias» e o artigo 24.º, n.º 3, alínea a), atribui ao Conselho Regulador da ERC a competência para «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção de direitos, liberdades e garantias pessoais».

No âmbito da proteção dos direitos de personalidade, a intervenção da ERC surge, por regra, enquadrada no procedimento de queixa (artigo 55.º dos Estatutos da ERC), exercida pelos titulares do direito, tendo em conta a natureza pessoal dos direitos de personalidade que visam, em primeira linha, satisfazer interesses próprios dos visados.

Contudo, mesmo nos casos em que não existe apresentação de queixa por parte do detentor do direito, a ERC, ainda assim, poderá ter competência para atuar, uma vez que as suas atribuições relativas à proteção de direitos, liberdades e garantias

⁴ No documento que vier a sistematizar as atividades de LM com intervenção da ERC realizadas em 2023 (a disponibilizar publicamente em 2024) serão disponibilizadas informações mais detalhadas a respeito do VI Congresso Literacia, Media e Cidadania,

dos cidadãos têm também em vista a realização do interesse público e não apenas a defesa do interesse privado do titular do direito. É hoje pacífico que os preceitos relativos aos direitos fundamentais não podem ser pensados apenas da perspectiva dos indivíduos, enquanto posições jurídicas de que estes são titulares, mas também do ponto de vista da comunidade, como valores que esta se propõe prosseguir através da ação do Estado⁵.

A ERC tem, assim, a faculdade de desencadear o procedimento sem dependência de queixa do próprio, sempre que entenda que, para lá do interesse pessoal na proteção do direito fundamental, exista uma dimensão objetiva, do ponto de vista comunitário, que justifique essa intervenção.

Por outro lado, os direitos de personalidade, no contexto da comunicação social, a par da sua função primacial de direito subjetivo, têm o papel de princípio regulador da atividade dos órgãos de comunicação social encontrando-se, nessa medida, sujeito ao escrutínio da ERC. Tal conclusão resulta do artigo 3.º da Lei de Imprensa, que dispõe que «[a] liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objetividade da informação, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática». Neste sentido, também preceituam os artigos 27.º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido e o artigo 30.º, n.º 1, da Lei da Rádio.

Durante o ano de 2022, foram várias as vezes que o Regulador foi chamado a intervir, ou interveio oficiosamente, em situações em que foram postos em causa direitos de personalidade na comunicação social, encontrando-se estes muitas vezes em conflito com outros direitos fundamentais como a liberdade de expressão e de informação. Nestas situações de conflito de direitos, o princípio aplicado nas decisões da ERC foi o consagrado na doutrina constitucional para a sua resolução, ou seja, o princípio da harmonização ou da concordância prática entre os valores constitucionais em conflito.

Destacam-se, de seguida, algumas deliberações da ERC onde a temática dos direitos de personalidade foi central na análise dos conteúdos visados: Deliberação ERC/2022/160 (CONTJOR-TV), Deliberação ERC/2022/335 (CONTJOR-TV), Deliberação ERC/2022/25 (CONTJOR-TV), Deliberação ERC/2022/387 (CONTJOR – NET) , Deliberação ERC/2022/272 (CONTJOR-TV), Deliberação ERC/2022/284 (CONTJOR-I), Deliberação ERC/2022/310 (CONTPROG-TV), Deliberação ERC/2022/256 (CONTJOR), Deliberação ERC/2022/156 (CONTJOR – I), Deliberação ERC/2022/389 (CONTJOR-NET), Deliberação ERC/2022/249 (CONTJOR-TV) e Deliberação ERC/2022/203 (CONTJOR -TV) .

⁵ Vêira de Andrade, “Os Direitos de Personalidade na Constituição Portuguesa de 1976”, 4.ª edição, Coimbra, 2009, pág. 107 e ss.



ATIVIDADE REGULATÓRIA SOBRE A GUERRA NA UCRÂNIA EM 2022

Durante o ano de 2022, a guerra na Ucrânia ocupou largamente o espaço mediático, designadamente o televisivo.

Nesse período, foi suscitada, por diversas vezes, a pronúncia da ERC sobre a cobertura jornalística da guerra na Ucrânia tendo sido publicadas nove (9) deliberações em que a guerra na Ucrânia era central nos conteúdos denunciados⁶.

As participações, enviadas ao Regulador por cidadãos, visavam matérias atinentes ao rigor informativo, bem como à natureza violenta das imagens transmitidas.

Este capítulo descreve a atividade deliberatória da ERC, em 2022, sobre este conflito, destacando alguns casos particulares em que foram utilizados conteúdos retirados de plataformas digitais, que se vieram a revelar falsos, descontextualizados ou manipulados.

Considerando o volume de participações sobre a guerra enviadas à ERC, foi ainda realizado um trabalho de análise de conteúdos televisivos que culminou, após consulta pública, na adoção da Diretiva/2022/1, de 24 de agosto de 2022, visando dirigir um conjunto de recomendações aos órgãos de comunicação social relativo à cobertura informativa de guerras e conflitos armados.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC⁷ consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados⁸ e a sua apreciação representa uma parte significativa dos processos tramitados neste Regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

Sucintamente, pode dizer-se que tem **direito de resposta** quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa-fama e tem **direito de retificação** quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto na Lei de Imprensa, na Lei da Rádio e na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à Internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenha com a situação concreta em causa (a um jornal *online* aplicar-se-á a Lei da Imprensa, por exemplo)⁹. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na Internet, só estão sujeitos à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português.¹⁰

A ter em conta na apreciação de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta é a Diretiva da ERC 2/2008, sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

Os **recursos** interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica¹¹ e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em

⁶ Note-se que não se incluem neste conjunto as deliberações sobre Direito de Resposta cuja temática se relaciona com a guerra.

⁷ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

⁸ Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

⁹ Com exceção do caso das rádios *online*, situação para a qual o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da Rádio (artigo 84.º da Lei da Rádio).

¹⁰ Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

¹¹ Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC.



tempo útil. É por essa razão que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC, solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso, deve ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido».¹²

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recurso, ou seja, «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»¹³. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de processo de contraordenação, que cabe à ERC instruir.¹⁴

Este capítulo procura agregar o trabalho desenvolvido pela ERC em matéria de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta em 2022.

ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC EM 2022

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC o processamento e a aplicação de sanções pela prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social¹⁵.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções¹⁶.

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social¹⁷ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal¹⁸.

Do total de 437 Deliberações aprovadas em 2022, 21 dessas Deliberações correspondem a Decisões finais proferidas no âmbito de procedimentos contraordenacionais, o que representa 4,6 % do total das Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2022. Tais Decisões respeitam a processos cuja abertura foi iniciada em anos anteriores, mas a respetiva conclusão ocorreu durante 2022.

A juntar a estas Decisões finais, o Conselho Regulador da ERC adotou 13 Informações de arquivamento, o que dá um total de 34 processos de contraordenação concluídos em 2022, dos quais 11 resultaram na aplicação de coima (32,4 %), em cinco processos (14,7 %) foi aplicada a sanção de admoestação e 18 processos foram arquivados (52,9 %).

¹² Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

¹³ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

¹⁴ Artigo 24.º, n.º 3, alínea ac) dos Estatutos da ERC.

¹⁵ Artigo 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

¹⁶ Artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

¹⁷ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

¹⁸ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março.

OS MEIOS

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

As regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Nos termos do n.º 1, do artigo 10.º do referido diploma compete à ERC verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos na lei, bem como o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

A despesa de aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado, deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º.

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «Deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

No ano 2022, foram comunicadas 112 campanhas de publicidade institucional do Estado, promovidas por 33 entidades.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de 6 462 708,69 euros, dos quais foi destinada uma verba de 2 384 267,78 euros a meios de comunicação social de âmbito regional/local, o que corresponde a um valor percentual de 36,9 % da verba global comunicada pelas entidades.

Segundo informação prestada pelas entidades promotoras, cerca de 36 campanhas foram distribuídas através de agências de publicidade, movimentando um total de 4 249 779, 64€.

Em comparação com os dados de 2021, verifica-se que ocorreu um ligeiro aumento do número de campanhas, no entanto, o investimento comunicado foi expressivamente inferior.

Quanto à fiscalização do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugado com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro, no cumprimento do referido dever, no ano em análise, registaram-se cinco casos em que não foram destinados a meios regionais/locais, os investimentos correspondentes a uma percentagem mínima de 25 %, nos termos previstos na lei.

Todavia, importa dar nota de que, em 2022, a percentagem do investimento publicitário, nos meios regionais e locais reflete uma evolução positiva, tendo atingido cerca de 37 %, face aos 25 % registados em 2021.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade, e, por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas, das denominações dos serviços de programas de rádio e televisão, serviços audiovisuais a pedido e plataformas de partilha de vídeos.

Consciente de que o registo só tem valor na medida e enquanto refletir com veracidade e exatidão, perante terceiros, os factos, os direitos e as limitações que impendem sobre a inscrição de um determinado órgão de comunicação social, a ERC, ao longo da sua existência, tem enveredado por uma política de sensibilização, informando os seus regulados sobre a obrigatoriedade do registo, bem como das alterações que os elementos registados forem sofrendo, nomeadamente alteração de proprietário, da sede de redação ou das instalações dos serviços de programas, dos respetivos diretores, dos órgãos sociais, das participações sociais, consoante o órgão de comunicação em causa.

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas e, conseqüentemente, assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização registral de modo a eliminar os falsos registos, como é, por exemplo, o caso do cancelamento oficioso para as publicações que não respeitem a periodicidade ou para as empresas jornalísticas que deixem de titular registos de publicações periódicas ou, ainda, para os operadores de rádio ou televisão com a cessação da validade da licença.

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas, por força do n.º 1, do art.º 1.º do Decreto Regulamentar, n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, a ERC, no decurso de 2022, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2022, encontram-se ativos 2516 registos, distribuídos do seguinte modo:

- 1710 publicações periódicas. Do universo das publicações ativas em 2022, 593 são jornais, sendo 111 de âmbito nacional e 480 de âmbito regional;
- 301 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (185) e as sociedades unipessoais (71);
- duas empresas noticiosas;
- 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 272 operadores;
- 24 operadores de televisão e 64 serviços de programas televisivos;
- 11 operadores de distribuição;
- 181 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 175 são radiofónicos e seis televisivos);
- 14 operadores e 20 serviços audiovisuais a pedido;
- um fornecedor e duas plataformas de partilha de vídeos.

SONDAGENS E ESTUDOS DE OPINIÃO

No domínio das sondagens, o ano de 2022 ficou marcado pela realização, no final do mês de janeiro, da eleição para a Assembleia da República. Este escrutínio acabou por prolongar, no primeiro mês do ano, o ciclo de maior dinamismo, do setor das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, iniciado no último trimestre de 2020, com a aproximação das eleições presidenciais (janeiro de 2021), e maturado, no terceiro trimestre de 2021, devido às eleições autárquicas gerais (setembro de 2021). Nos restantes 11 meses do ano, a produção de sondagens políticas registou um forte abrandamento, mantendo-se, no entanto, pluralismo em matéria da produção de barómetros políticos regulares. Em termos globais, verificou-se uma grande diminuição no número de depósitos de sondagens, passando-se de 183 depósitos, em 2021, para 72 depósitos em 2022.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de dezembro de 2022, por 14 entidades, diminuindo em três o número de licenças ativas face ao verificado no fecho de 2021.

Caracterização geral das sondagens

Foram oito as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2022, sendo a Pitagórica a empresa mais representativa do setor dos estudos depositados, com uma quota de 36,1 % do total de sondagens realizadas para divulgação pública. De uma forma geral, o mercado dos estudos depositados continuou, à semelhança dos anos anteriores, plural, contabilizando-se seis empresas com produção de sondagens pré-eleitorais, de âmbito nacional ou continental, sobre intenções de voto legislativo.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas, sendo responsáveis pela encomenda de 97,0 % dos estudos depositados em 2022. Os órgãos de comunicação social nacionais foram os principais contratantes de sondagens, sendo residual o número de sondagens encomendadas pelos *media* regionais, forças políticas e clientes institucionais. Individualmente, os órgãos de comunicação social mais presentes nas fichas técnicas de depósito foram os serviços de programas televisivos TVI e CNN Portugal.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, o grupo temático com maior relevo, em 2022, foi aquele que integra as questões relacionadas com intenção e sentido de voto, facto expectável em um ano marcado pela realização de uma eleição para a Assembleia da República. O tema mais frequente nos estudos em análise foi o da intenção de voto legislativo, presente em mais de dois terços dos depósitos.

Características metodológicas das sondagens

Face ao ano anterior, verifica-se um aumento na proporção de sondagens produzidas com base no método não presencial (84,7 % em 2022, quando em 2021 representavam 76,5 %), tendo este método sido utilizado em 61 das 72 sondagens depositadas. O telefone continua a ser o meio de recolha de informação mais utilizado pelas empresas de sondagens, caracterizando perto de três quintos dos estudos realizados em 2022.

No campo do método de seleção das amostras, voltou a verificar-se a prevalência das amostras por quotas. Por sua vez, no que concerne ao âmbito geográfico das amostras, observa-se que a predominância foi para as amostras nacionais, presentes em 48 das 72 sondagens depositadas.

Em 2022, foram realizadas 152 328 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, tendo sido realizadas e validadas menos 143 078 entrevistas do que em 2021.

De uma forma geral, observou-se que as entidades credenciadas apresentam diversidade metodológica na construção das suas amostras, empregando diferentes combinações de métodos e técnicas, cientificamente reconhecidas, na elaboração das suas sondagens.

Divulgações de sondagens

Em 2022, foram analisadas cerca de 5000 peças jornalísticas por potencial correspondência com os critérios de seleção metodologicamente definidos. Após análise, verificou-se que em cerca de metade (2240) destas peças são divulgados ou referidos resultados de estudos de opinião cuja temática se considera subsumível na Lei das Sondagens.

A internet e a televisão são os meios com maior número de divulgações identificadas. A rádio e a imprensa são as plataformas de divulgação de sondagens com menor expressão, apesar de no ano em análise acumularem um volume considerável de peças sobre esta temática.

A capacidade de disseminação de notícias em ambiente digital leva a que uma mesma sondagem seja alvo de múltiplas divulgações, não só em órgãos de comunicação social *online* como em plataformas de agregação de conteúdos ou em blogues, verificando-se uma replicação da mesma peça sobre um estudo de opinião em diferentes endereços. Este facto faz com que a internet se tenha consolidado nos últimos anos, a par da televisão, como principal divulgador de sondagens, apesar de a maioria destes divulgadores *online* não se constituírem como clientes de estudos de opinião.

Os Estudos Eleitorais em 2022

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 51 das 72 sondagens depositadas em 2022 (70,8 %). O sentido de voto mais perscrutado foi o legislativo (presente em 49 depósitos de sondagens).

Procedimentos e deliberações

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

Em 2022, foram iniciados 21 procedimentos, resultantes principalmente da 'Credenciação, renovação e caducidade' das licenças para a realização de sondagens (10), de 'Queixas' (4) e de 'Pedidos de informação' relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (4). Do conjunto de procedimentos finalizados em 2021 (37), 18 foram desencadeados no próprio ano e 19 em anos anteriores, entre 2017 e 2022.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL EM 2022

O ano de 2022 foi de manutenção de tendências, com algumas alterações em termos de posições dominantes no mercado publicitário *online*. O processo de transição digital prosseguiu o seu curso e novas modalidades de publicidade ameaçam a hegemonia da Google e da Meta. As medidas regulatórias, em particular na Europa, o aumento da concorrência de antigos e novos *players*, o desenvolvimento tecnológico e as preferências dos consumidores marcaram a sua influência.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media* e manteve uma importância muito semelhante ao registado em anos anteriores. Mas o mercado da publicidade está a mudar, mesmo no *online*, com a introdução de subscrições pagas por várias redes sociais e novas modalidades de publicidade digital.

Novos concorrentes das empresas de *media* poderão aparecer no futuro. Os videojogos apresentam-se como uma crescente alternativa aos *media*, especialmente como forma de entretenimento. Ao nível do *streaming*, o número de portugueses que subscrevem ou utilizam serviços para aceder a conteúdos televisivos continuou a aumentar. Também na rádio a internet tem um papel relevante e até mesmo mais antigo do que na televisão. Existem quase 3,5 milhões de portugueses a ouvir rádio através da internet, o valor mais elevado desde que o indicador é observado.

Por outro lado, e de acordo com o estudo de comparações internacionais de preços publicado pela *Rewheel, Digital Fuel Monitor*, o preço mediano por *gigabyte* das ofertas de internet no telemóvel em Portugal era o segundo mais elevado a nível da União Europeia e o quarto mais elevado entre 50 países.

Os novos serviços de *streaming* são cada vez mais uma ameaça ao status quo, tanto dos operadores de televisão como dos fornecedores de serviço de televisão por subscrição (STVS), mas estes últimos continuam a dominar no canal de distribuição – a internet.

Os órgãos de comunicação social tentam desenvolver outras linhas de negócio, menos relacionadas com o core business, como serviços multimédia, eventos e *marketing*. No caso dos grandes grupos económicos, com um contributo marginal para as receitas de exploração, mas em empresas de menor dimensão podem representar importantes alternativas à publicidade. Os dados da Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que mais de um terço dos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 32 % em 2022) não tem como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Em 2022, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1 027 milhões 532 mil euros e os rendimentos totais da atividade a 1 003 milhões 993 mil euros. 53 % das empresas apresentaram crescimento dos rendimentos, cerca de 61 % resultados líquidos positivos e 68 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente inferiores a 2021. 81% das empresas reportaram capitais próprios positivos, uma percentagem estável face ao ano anterior.

Nos vários segmentos de *media*, mesmo os mais pulverizados, é notória a dominância de um ou dois intervenientes, seja nos fornecedores de STVS, operadores de televisão, rádio ou publicações periódicas.

Verifica-se que as empresas com rendimentos superiores a dez milhões de euros representaram apenas 4 % da totalidade de entidades, mas 88 % dos ativos e dos capitais próprios do setor, bem como 91 % dos rendimentos.

Mais de metade das empresas de cada segmento de negócio apresentou crescimento de rendimentos. Com exceção dos fornecedores de STVS, as margens operacionais foram baixas, em geral inferiores a 20 %. Nos negócios com margens mais altas surge frequentemente exposição a operações digitais.

Geograficamente também existe concentração da atividade de comunicação social - em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Região Autónoma da Madeira (RAM), Braga e Leiria - e em vários distritos menos de metade das empresas apresentou crescimento. Quando se observa o crescimento dos rendimentos por segmento de negócio, apenas um segmento, o de operadores de rádio tradicional, reportou menos de metade das empresas com crescimento.

A sustentabilidade da comunicação social não depende apenas do segmento de produto desenvolvido, mas de outros fatores, como as características geográficas da região de cobertura. A propriedade do canal de distribuição e dos conteúdos adequados ao consumidor continuarão a ser fatores críticos neste setor, a par da dimensão do mercado.

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

O presente capítulo é construído a partir das informações comunicadas ao abrigo das obrigações legais da transparência dos *media*, sobre titularidade, gestão e meios de financiamento, disponibilizadas ao público através do Portal da Transparência da ERC¹⁹. Recorde-se que, desde 1 de janeiro de 2022, a transmissão à ERC dos elementos relativos à titularidade do capital, dos direitos de votos e dos órgãos sociais passou a concentrar-se exclusivamente no cumprimento do regime jurídico da transparência. A entrada em vigor do Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, relativo ao registo dos órgãos de comunicação social, veio precisamente solucionar a dupla comunicação à ERC destes dados.

¹⁹ Disponível em <https://portaltransparencia.erc.pt/>

O regime jurídico da transparência visa a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

A 30 de junho de 2023 o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1437 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social (menos 26 do que no ano anterior), detentoras de 1906 órgãos de comunicação social (mais 58).

A comunicação social é a atividade principal de 60 % das entidades proprietárias (menos 1 p.p. do que no ano anterior), o que confirma que, além de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. Neste âmbito, continuam a autonomizar-se, pela sua importância e dimensão, algumas esferas de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, as religiões, os partidos políticos e os sindicatos.

Um total de 76 % dos OCS registados na Plataforma da Transparência consiste em publicações periódicas em papel, papel/*online* ou exclusivamente *online*. Um terço dos órgãos de comunicação social – correspondente a publicações periódicas em suporte *online* e a *webrádios* e *webTV* – é exclusivamente digital.

Aproximadamente metade das entidades proprietárias (46,9 %) e dos meios de comunicação social (53,1 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto.

As pessoas coletivas tendem a concentrar-se na figura jurídica das sociedades comerciais, com os seus vários tipos (56,1 % dos proprietários).

Salienta-se, igualmente, a elevada proporção de proprietários que correspondem a pessoas singulares (perto de um quinto), os quais detêm, na maioria, publicações periódicas (82 %). Os restantes 18 % detêm serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI).

Na paisagem mediática nacional prevalecem entidades de pequena dimensão, que prosseguem essencialmente a atividade de imprensa (em suporte em papel e *online*) e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

O ano de 2022 fica marcado por movimentações no setor ao nível da propriedade, de que se destacam, entre as mais significativas:

- a) A aquisição à Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., pela Páginas Civilizadas, Lda., sociedade cujo beneficiário efetivo é Marco Belo Galinha (Grupo Bel), de 22,35 % do capital da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.;
- b) A aquisição pelo grupo alemão Bauer do controlo exclusivo sobre a MCR II - *Media Capital Rádios*, S.A. (atual BMHAudio Portugal Holdings, Unipessoal, Lda. & Comandita), operação sobre a qual a ERC não manifestou oposição²⁰;
- c) Aquisição pela sociedade Media9Par, S.A., das publicações periódicas Novo Semanário, OJE – O Jornal Económico e Económico Madeira (por cedência, respetivamente, da Lapanews, Edições e Comunicações, S.A., e da Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A.). A Emerald, acionista da Media9Par, é detentora direta da Forbes África Lusófona e da Forbes Portugal e titular de uma participação de 40 % na Inevitável e Fundamental, Lda., detentor do Polígrafo; Aquisição pela sociedade de capital de risco ALPAC da totalidade do capital da Sunny Meridian, Unipessoal, Lda., empresa que detém 91 % da Newsplex, S.A., proprietária dos jornais Nascer do Sol e I Inevitável.

²⁰ A ERC autorizou, igualmente, a alteração de domínio dos 14 operadores de rádio pertencentes ao grupo MCR II, através da Deliberação ERC/2022/138 (AUT-R), de 11 de maio.

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2022)

Esta análise caracteriza a programação oferecida pela Antena 1, Antena 2 e Antena 3, tendo em conta a diversidade e o pluralismo patentes nas respetivas grelhas de emissão à luz da missão que o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) confia à RTP.

Tomando em consideração a diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por período horário, e as funções na programação dos três serviços de programas, conclui-se que há uma lógica de complementaridade que se encontra determinada no CCSPRT.

Foi analisado um total de 24 610h51m08s de programação, cabendo à Antena 1 um total de 7973h58m54s, à Antena 2 de 8457h26m39s e a Antena 3 regista 8179h25m35s.

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

ANTENA 1

A **Antena 1 emite programas de seis categorias**, destacando-se a **música** e seguindo-se a **informação, cultura e conhecimento** e **desporto**. As restantes duas categorias presentes - **entretenimento** e **institucional/religioso** - aproximam-se de 6 % da emissão total anual.

Estas macrocategorias desagregam-se em 31 géneros, sendo que 26 estão presentes na Antena 1. Destaca-se a emissão de **música de continuidade**, com praticamente um terço do tempo de emissão (27,2 %), o que corresponde a sensivelmente 2172 horas. Os **programas de música** representam cerca de 14,3 % das horas de emissão. O segundo género mais representado são os **noticiários (15,9 %)**, com 1267 horas.

Em contraposição, os valores menos expressivos registam-se na área do **desporto** com **resumo desportivo** (0,06 %), da **cultura** com **comemorações e efemérides** (0,03 %) e no **entretenimento** com **infotainment** (0,01%).

Apesar da presença global mais elevada do macrogénero **música**, a distribuição horária da programação, caracteriza-se, em modos gerais, pelo **maior peso dos conteúdos informativos nos períodos diurnos** (segundo intervalo da manhã e o primeiro da tarde), **da música, particularmente no período da noite/madrugada, e do desporto no horário noturno precedente**. A maior parte da programação de entretenimento e cultural concentra-se no intervalo 23h-05h59.

A **música é a categoria mais proeminente em quatro dos seis blocos horários**. No segundo bloco da manhã (10h-11h59) e no segundo da tarde (17h-19h59) a **música** cede lugar à **informação**. Nestes blocos, o género **informativo** representa, respetivamente, 59 % e 39,6 % e a **música** 17,6 % e 31,7 % dos conteúdos emitidos.

A distribuição horária da programação traça-se, assim, em modos gerais, pelo maior peso dos conteúdos **informativos** nos períodos diurnos e da **música**, particularmente no período da **noite/madrugada**, nos noturnos. Tal, não obstante a **música** destacar-se, também, no primeiro período da manhã e tarde.

O período com maior diversidade em termos de **géneros** é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (**tarde 1**), com um total de 23.

No que respeita a desagregação destas grandes categorias, a *música de continuidade* destaca-se ao ser a categoria com maior percentagem de duração em três dos seis períodos horários. A categoria *música* continua a ser a mais representada também no bloco da *madrugada* espelhando o peso dos *programas de música* (30,8 %) aos quais se segue a *música de continuidade* (25,9 %). No intervalo das 10h às 11h59, o destaque vai, para os *noticiários* (35,7 %) e o intervalo da noite dá primazia às *transmissões desportivas* (35,8 %).

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: **informar e entreter**, acumulando, respetivamente, 47,4 % e 46,1 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam praticamente 94 % do tempo total de emissão.

As duas funções menos presentes, *formar* e *promover/divulgar*, apresentam valores menos expressivos (respetivamente, valores próximos 4 % e 2,4 %).

A função *informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 33,5 % do tempo total da função. Este género distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem esta função, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa são os *programas de música* (14,4 %), de *artes e media* (8,9 %).

A função *entretar* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais (76,6 %), designadamente *música de continuidade* (59 %), em destaque, e *programas de música* (15 %). Inclui também, na segunda posição, as *transmissões desportivas* (16,7 %).

ANTENA 2

Na **Antena 2**, mais de sete em cada dez horas de programação emitida recaem na categoria **música** (71,3 %), representando uma soma anual de mais de seis mil horas de emissão. Esta antena apresenta os programas **culturais/conhecimento** (26,1 %) em segundo lugar, somando mais de 2200 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (1,4 %) no terceiro posto, com cerca de 120 horas contabilizadas. Ambos revelam grande intervalo em relação à primeira categoria (**música**). Estes três géneros totalizam 98,8 % da programação deste serviço de programas.

A Antena 2, com a menor diversidade de géneros dos três serviços de programas – 11 de uma grelha de 31 –, tem nas três categorias do género **música** as mais prevalentes na emissão. Os **programas de música** preenchem mais de um terço (33,4 %), com 2828 horas emitidas. A transmissão de **artes e media**, em segundo lugar, atinge 21,8 % da duração total da emissão. As 2067 horas de **música de continuidade** correspondem a 24,5 %.

A **música** assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo maior destaque no intervalo 06-09h59 (92 %). Por oposição, é no período da *manhã 2*, entre as 10h e as 11h59 que os conteúdos de música têm a sua expressão mais reduzida, sendo preponderante o género *cultural/conhecimento* (78,1 %).

Os programas de **música de continuidade** repartem o domínio das grelhas em três dos seis períodos horários com os **programas de música**, - predominante no período *manhã 1* (06h-09h59) e no período *tarde 1* (12h-12h59). No período *tarde 2* (17h-19h59), o destaque é conferido à emissão de **espetáculos** musicais, sejam eles em direto ou em diferido.

A programação da Antena 2 tem como função por excelência **entretar**, a qual está presente em 59,2 % da duração total dos conteúdos difundidos em 2022, ultrapassando as 5000 horas. **Informar** representa 30,1 % (2542:28:00) das horas emitidas pela Antena 2, enquanto **formar** manteve a sua duração em relação ao ano anterior, apresentando cerca de 905 horas de programação (10,7 %). Saliente-se que 53,5 % do tempo garantido à função *formar* corresponde a programas de *artes e media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património.

ANTENA 3

A **Antena 3** emite programas pertencentes a **cinco géneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente predominante, seguida do **entretenimento**.

Assim, em 2022, a **música** manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando cerca de oito em cada dez horas de emissão (80,6 %) e perfazendo mais de 6589 horas. A segunda categoria mais relevante é o **entretenimento**, com aproximadamente 801 horas de emissão (9,8 %). A soma da duração destes dois géneros principais representa a quase totalidade (90,4 %) das horas emitidas por este serviço de programas.

No conjunto da programação da Antena 3, verifica-se a presença de 16 *géneros* num total de 31. Destes, a **música de continuidade**, com aproximadamente 3920 horas (47,9 %) e os **programas de música**, com 2573 horas (31,5 %), destacam-se, respetivamente, no primeiro e no segundo lugar em termos de horas de emissão. O terceiro género mais importante, a distância assinalável, é o *talk show* (8,5 %).

A programação da Antena 3 caracteriza-se pelo **predomínio de música ao longo de todo o dia**, com uma presença muito superior à dos restantes géneros, em qualquer período horário. O peso da música chega a ser de 89,8 % na *noite/madrugada* e de mais de 81 % quer no primeiro período da tarde, quer no da noite. Em contrapartida, a *música* apresenta menor concentração na primeira parte da manhã e na segunda da tarde (respetivamente 64,6 % e 67 %).

O *entretenimento* regista tendencialmente a segunda maior presença com as exceções do segundo período da *manhã* (10h-11h59), primeiro da *tarde* (12h-16h59), em que cede lugar à *cultura/conhecimento* e *informação*.

Considerando as categorias de *género* por período horário, a *música de continuidade* domina os quatro períodos diurnos, sobretudo entre as 10h e as 16h59 (*manhã 2* e *tarde 1*), em que representa mais de três quartos do volume horário total (respetivamente, 70,3 % e 76,7 %). Nos períodos da *noite* e *madrugada* a *música de continuidade* cede lugar aos *programas de música*. No turno da *noite* (das 20h às 22h59) e no período *noite/madrugada* (entre as 23h e as 6h), os *programas de música* representam metade do tempo de emissão (respetivamente, 57,7 % e 58,3 %). Refira-se ainda que, em especial no primeiro bloco horário da *noite*, são emitidos espetáculos dando cobertura a festivais de música, tais como o Bons Sons, NOS Primavera Sound, Vodafone Paredes de Coura, Iminente, Rock Nordeste, Fnac Live, Med, Sines e o Festival Tremor (na Região Autónoma dos Açores.)

Observando a diversidade de géneros segundo a sua distribuição horária, os primeiros períodos da manhã e da tarde são os que apresentam o leque mais vasto – 11 dos 16 *géneros* presentes na programação da Antena 3.

A função **entretener** domina a programação da Antena 3, aproximando-se de nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, sensivelmente 7279 horas de emissão.

Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 88,5 % do tempo total da função. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro *género* mais expressivo na duração total desta função (8,8 %).

Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 87,7 % do tempo total da função, somando mais de 6382 horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro género mais expressivo na duração total desta função (9,6 %).

Os conteúdos destinados a **informar** representam cerca de 11 % (899 horas) do total anual da programação. Esta função surge associada a dez géneros de programas pertencentes, na sua maioria, ao macrogénero *informação* e *cultural/conhecimento*.

A escassa representação da função **formar** (ausente em 2021) reflete a presença de uma emissão com a duração de 16m do programa em “Nome do Ouvinte”.

TECNOLOGIAS E INOVAÇÃO

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais.

Em cumprimento da alínea g) da cláusula 4.ª do CCSPRT, a Antena 1 encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão *online* em direto, programação *on demand*, atualizada à última edição de cada programa, e *podcasts*. Destaca na sua página conteúdos de informação, em constante atualização. A Antena 1 mantém também presença nas redes sociais Twitter, no Facebook e Youtube a par da existência de número WhatsApp. Oferece apoio escolar na ligação #Estudo em Casa.

Na Antena 2 o caso é muito similar, encontrando-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena2/>, que disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas de programação, o concurso para jovens músicos, a par dos *podcasts* de vários programas do operador. Através do RTP Play, acede-se a programação *on demand*, e do canal Ópera, a uma *web* rádio. Em “Fora de Portas”, a Antena 2 publica a agenda cultural, com predomínio de concertos e festivais de música (nacionais e internacionais) que transmite. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções. Na *homepage* estão as ligações para as redes sociais Twitter e Facebook.

A Antena 3 tem presença *online* através do sítio <http://media.rtp.pt/antena3/>, onde disponibiliza emissão em direto, programação *on demand*, *podcasts*, notícias, agenda cultural, entre diversos conteúdos. Divide a sua página em três tipos de experiência: ouvir, ler, ver. Em cada uma delas disponibiliza diferentes tipos de conteúdos que incluem *video-clips*, conteúdos sonoros ou escritos. Está também presente nas redes sociais Twitter, Instagram e no Facebook, assim como disponibiliza um canal no Youtube e na plataforma Spotify.

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

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

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



TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

Em 2022, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou cinco pedidos de modificação de projeto, dois dos quais com alteração da respetiva tipologia.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram deferidos cinco pedidos de alteração do controlo do capital social, menos dois do que em 2021.

Em 2022, foram autorizados dois pedidos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças, contrastando com o ano anterior em que não ocorreram quaisquer cessões de serviços de programas.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 14 (catorze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 31 (trinta e um) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, mais 11 do que no ano anterior, confirmando a tendência de crescimento desta modalidade de serviços de programas de rádio.

FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2022

Ao longo de 2022 foram efetuadas 13 (treze) ações de fiscalização a serviços de programas de operadores de radiodifusão locais com vista à verificação do cumprimento das respetivas obrigações legais, à luz do Plano anual de fiscalização aprovado pelo Conselho Regulador, constatando-se que as rádios fiscalizadas estão, genericamente, a cumprir os requisitos exigidos pela Lei da Rádio²¹ para o desenvolvimento da atividade.

As ações de fiscalização em causa foram realizadas em estúdios e sedes de operadores localizados em 12 (doze) distritos de Portugal continental.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

Da análise dos dados referentes a 2022, no que respeita à difusão de música portuguesa, podemos concluir que a quase generalidade dos serviços de programas radiofónicos que submetem os dados no “Portal das Rádios”, com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas previstas na Lei da Rádio.

Salienta-se que se mantém como voluntária a inscrição no referido portal, disponibilizado pela ERC desde 2007, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas, pelo que a análise efetuada não compreende a totalidade dos serviços licenciados a nível nacional.

Além dos serviços de programas de cobertura local ativos no portal, constituída pela amostra dos serviços de programas que submeteram os dados pelo portal no ano de 2022, numa média anual ponderada de cerca de 136 (cento e trinta e seis) e cuja comunicação de dados por via da plataforma “Portal das Rádios” foi regular, monitorizaram-se mensalmente as quotas dos serviços também ativos, um de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

A análise dos dados dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, do operador de serviço público, constam de relatório autónomo.

²¹ Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual.

Nos termos do artigo 41.º n.º1 da Lei n.º54/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio) na programação musical dos serviços de programas radiofónicos é obrigatoriamente preenchida, em quota mínima variável de 25 % a 40 %, com música portuguesa.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa de 25 %, que se mantinha inalterada desde 2006. Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passou a ser obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.

A mesma portaria entrou em vigor no dia 27 de fevereiro de 2021, produzindo efeitos pelo período de um ano.

No entanto, atendendo a que, em 2022, não foi publicada nova portaria, conforme determina o artigo 46.º da Lei da Rádio, a quota mínima tida em conta para efeitos de verificação do cumprimento das percentagens de difusão de música portuguesa regressa a 25 %, no decorrer do corrente ano.

Assim, dos serviços ativos analisados e no que se refere aos de cobertura local, de acordo com os dados rececionados, uma percentagem bastante superior a 90 % mantém o cumprimento da quota legal de difusão de música portuguesa.

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

O serviço de programas de âmbito regional M80 supera a quota mínima de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas, com valores acima de 30 %.

Podemos, assim, concluir, de acordo com a amostra disponível, que em 2022, a grande maioria dos serviços de programas locais preencheu a sua programação musical com mais de 30 % do total de música difundida.

Do mesmo modo, no que respeita à subquota de música em língua portuguesa, também o operador regional sul ultrapassa a percentagem mínima determinada, registando valores próximos ou superiores a 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados Rádio Comercial, RR e RFM, ultrapassam a quota mínima de 25 % de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas.

No que respeita à subquota de 60 %, constata-se que os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, assim como no período das 7 às 20 horas, registando a RR, mais uma vez, a percentagem mais elevada, 89,9 %.

Acresce ainda a quota de música recente fixada em 35 %, que nos serviços RFM e Rádio Comercial reflete, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

A exemplo de anos anteriores a RR revela alguma quebra nos valores de música recente, que se prendem a constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo da estação, mas com evolução favorável, nomeadamente no mês de outubro (34,6 %).

Foi acautelado o acompanhamento dos serviços de programas no sentido da resolução os desvios face aos valores previstos na lei e de os sensibilizar para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Em cumprimento do n.º3 do artigo 44.º, foi atualizada a disponibilização pública no site da ERC de obras de música portuguesa, que nos foram comunicadas pela AFP – Associação Fonográfica e Audiogest - Associação para a Gestão e Distribuição de Direitos dos Produtores Fonográficos e SPA – Sociedade Portuguesa de Autores,

Encontram-se isentos do cumprimento integral das quotas de música 33 (trinta e três) serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/2008, de 29 de agosto), cuja programação musical assenta nos géneros Hip-hop/Rap/Urbana; Infantil, Jazz/blues, Dance e Clássica.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

Em 2022, no que respeita à difusão de música portuguesa na Antena 1, podemos concluir a partir da análise dos dados enviados pelo operador, que o primeiro canal de serviço público de radiodifusão sonora, cumpriu as disposições legais previstas no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h, sempre acima de 70 % e em alguns casos superando 80 %.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal foi superior a 90 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, contando com uma média em 2022, de 90,1 % no período da emissão de maior audiência (7-20h).

No que se refere à obrigatoriedade de difusão de uma quota mínima de 35 % música recente, os apuramentos no ano em estudo evidenciam uma quota mensal quase sempre superior a 40 %.

No que respeita à Antena 3, no domínio da música portuguesa, salientam-se quotas mensais em percentagens superiores a 50 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou valores quase transcendem 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas.

No decorrer de 2022, a Antena 3 assinalou uma quebra na difusão de música recente face à observada em anteriores, nomeadamente a partir do terceiro trimestre deste ano, sendo que no mês de fevereiro, foi visto o valor mais alto, 74,1 %, não obstante no segundo semestre, a média apurada de música nova foi de 56,0 %, ainda assim mantendo relevância na programação musical da Antena 3.



TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2022)

Sintetizam-se neste ponto alguns dos principais resultados referentes à verificação do cumprimento dos princípios do **pluralismo** e da **diversidade** na **programação televisiva exibida em 2022** pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC, TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabo) CMTV, e pela RTP3, o serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

A análise de **diversidade** de programação que a ERC realiza é aferida através de diversas dimensões, cuja explicitação mais desenvolvida é feita no capítulo correspondente, e que aqui se enumera:

- a) **Géneros televisivos** que compõem as grelhas de programação (a dois níveis de desagregação, **macrogéneros** e **géneros**);
- b) **Função predominante da programação**, em linha com as funções elencadas na LTSAP;
- c) **Horário nobre** (diversidade da oferta no horário de maior audiência);
- d) **Programação com obrigações específicas, a saber:**
 - i. a programação **informativa**
 - ii. a programação dirigida ao público **infantil/juvenil**
 - iii. a programação de natureza **cultural** e de **conhecimento**
 - iv. a programação destinada à **promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários** no contexto nacional.

Nesta súmula dá-se conta dos resultados quanto às três primeiras dimensões de análise: géneros televisivos, funções da programação e diversidade de programação em horário nobre.²²

Foram identificados todos os programas que integraram as grelhas de programação e classificados quanto ao seu **macrogénero**, **género** e **função** dominante. No total dos seis serviços de programas analisados, esses programas correspondem a 43 795h03m29s de tempo de emissão, assim repartido: **RTP1** com 6914h00m45s; **RTP2** com 8464h04m46s; **SIC** com 6468h55m42s; **TVI** com 6275h03m11s, **CMTV** com 7373h11m33s e **RTP3** com 8302h32m05s.

Em termos de número de exibições dos programas analisados, foram observados os seguintes totais: RTP1 com 6681 programas, RTP2 com 28 539 programas, SIC com 6292 programas, TVI com 6787 programas e RTP3 com 13 329 programas. No caso da CMTV continua a não ser possível identificar este número com exatidão, na medida em que nem sempre é possível distinguir espaços de programação autónomos e claramente delimitados.

Releva-se, pela positiva, a clarificação feita pela CMTV relativamente à identidade autónoma do programa “Investigação CM”, que anteriormente surgia ora dentro ora fora do noticiário das 20 horas. Esta opção deverá estender-se aos restantes conteúdos da grelha de programas que não se encontrem claramente delimitados como unidades de programação.

Independentemente da expressão que cada género de programas assume, seja em tempo de programação ou no número de exibições, a RTP1 exibiu programas enquadráveis em 33 géneros dos 39 que compõem a grelha de análise. A RTP2 exibiu programas de 33 géneros. Na programação da SIC foram identificados programas classificados em 24 géneros televisivos. Os

²² A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores, sendo o principal a duração total (volume anual de horas de emissão), complementado pela frequência de exibição (número de edições de programas) sempre que necessário para aferir obrigações quantificadas.

programas apresentados pela TVI foram classificados em 26 géneros. A programação da CMTV repartiu-se por 16 géneros. No caso da RTP3, foram identificados 19 géneros de programas.

Considerando o tempo de programação, verifica-se que no caso da RTP1 os formatos de *entretenimento* e de *informação* foram os mais representados, com parcelas bastante semelhantes (respetivamente 38,4 % e 34,5%). Nos casos da SIC e da TVI, os formatos de *entretenimento* foram claramente dominantes em relação aos restantes (respetivamente 45,4 % e 47,2 %). Na RTP2, a maior parcela de tempo de programação foi ocupada pelos infantis/juvenis (31,5 %). Na CMTV o macrogénero informativo foi o mais representado, com mais de dois terços (67,3 %) do tempo de programação. Na RTP3, o informativo foi igualmente o macrogénero mais representado (82,4%) – resultado congruente com a vocação informativa do serviço de programas temático do operador de serviço público.

Quanto às funções da programação exibida, foi nos dois serviços de programas generalistas do operador de serviço público que se verificou uma repartição mais equilibrada entre as duas principais, entreter e informar: na RTP1 entreter esteve associado a 55,5 % do volume horário e informar a 42,1 %; na RTP2, a primeira representou 45,3 % e a segunda 43,7 %. Importa acrescentar que a terceira função mais presente, quanto ao segundo serviço de programas de serviço público, foi formar (7,9 %), uma expressão que, apesar de reduzida, é a mais relevante entre os serviços de programas analisados. No caso da RTP1, as restantes funções consideradas na análise (formar e promover/divulgar) apresentaram uma representação manifestamente residual.

Os resultados da SIC e da TVI mostram que nas respetivas grelhas de programação de 2022 se destacou claramente a função entreter, representando cerca de seis horas em cada dez horas de programação (67,5% e 77,4 %, respetivamente). A função informar, surge também em ambos os serviços de programas como a segunda com maior expressão, no caso da SIC representando quase um terço do volume horário total (32,3 %), sendo que na TVI representou 20,9 % das horas de programação. Na SIC, a programação correspondente à *função formar* esteve ausente. Já a função promover/divulgar surge através da transmissão da campanha eleitoral para as eleições legislativas durante o mês de janeiro, e sobretudo pelos programas resultantes de parcerias e do patrocínio de marcas comerciais, produzidos e com apresentadores deste serviço de programas. Tais programas – “É Bom Fazer o Bem”, “Fazer Faz a Diferença” e “Volto já” – duram de um a sete minutos. No caso da TVI, a programação que privilegiou as funções formar e promover/divulgar teve uma expressão muito residual. Cumpre salientar que esta última se concentrou na transmissão de cerimónias de cariz religioso, que é uma marca da grelha de programação da TVI, desde a sua fundação.

Na CMTV, mais de 90 % do tempo de programação está associado à função informar (91,5 %). Além dos programas de informação, esta função marca presença em programas classificados noutros macrogéneros. São disso exemplo, os programas ligados ao desporto, os segundos mais assíduos nas grelhas da CMTV. Estes dados voltam a evidenciar o perfil mais temático da CMTV do que características próprias de um serviço de programas generalista. Por essa razão, mantém-se a ressalva que tem vindo a ser feita em anos consecutivos quanto à escassa diversidade da CMTV.

Na RTP3, a função informar está associada à quase totalidade de horas da programação do canal (98,2 %), como seria relativamente expectável devido à vocação informativa deste serviço de programas.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência – o horário nobre (20h00-22h59) – faz parte das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Na RTP1, cuja programação neste horário se repartiu por 19 géneros, os quatro primeiros géneros concentram 79,9 % do tempo de programação, repartindo-se por concurso/jogo, serviço noticioso, debate e série. A RTP2 apresentou uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório, com 26 géneros identificados na programação neste período horário, ao longo de 2022. Os três géneros mais presentes – série, serviço noticioso e documentário – representam, juntos, 64,5 % do tempo de programação neste horário.

Nos serviços de programas SIC, TVI e CMTV, e à semelhança do que tem vindo a ser realçado em anos anteriores, observaram-se resultados críticos no que diz respeito à diversidade em horário nobre. Na SIC, o “Jornal da Noite”

e as telenovelas deste período da *noite* ocuparam 84,1 % do tempo de programação, respetivamente, 57,7 % e 26,5 %. O terceiro género mais expressivo foi o humor, que ocupou 6,1 % da programação exibida nessa faixa horária, principalmente através dos programas “Isto é Gozar Com Quem Trabalha”, apresentado por Ricardo Araújo Pereira, e “Terra Nossa”, conduzido por César Mourão. Em seguida, destacaram-se os concursos/jogos (“Ídolos”, “A Máscara”, “Cantor ou Impostor” e “Hell’s Kitchen”), com 4,7%. A emissão de *reality shows* no horário nobre, em 2022, ficou em quarto lugar, através de 1,6 % deste período de programação, correspondentes à duração total de 14h44m51s. No caso da TVI, tal como se verificou para a SIC, o serviço noticioso de horário nobre (“Jornal das 8”) e as telenovelas ocuparam quase 88 % do tempo (o primeiro com 51,2 % e as segundas com 36,6 %). Os programas de transmissão desportiva constituem o terceiro género mais destacado, com uma representação de 5,3 %, seguidos dos concursos/jogos (4,3 %).

No caso da CMTV, a fraca diversidade de géneros de programas em horário nobre é ainda mais evidente: 62,1 % do tempo é ocupado apenas por um género; o serviço noticioso (“CM Jornal 20h”, que em outubro de 2022 deu lugar ao “Grande Jornal”, e “Notícias CM”). O comentário desportivo ocupa a segunda posição, com 15,2 % do tempo, seguindo-se as *transmissões desportivas*, com 13,1 %. Juntos, estes três géneros esgotam nove em cada dez horas de horário nobre da CMTV.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO: CARACTERIZAÇÃO GERAL DOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022

A ERC tem vindo a constatar um aumento progressivo no número de participações e queixas sobre conteúdos difundidos em programas de entretenimento, especificamente os *talk shows*, nos serviços de programas televisivos, com particular expressão no ano de 2022²³. Tendo em linha de conta que estes formatos televisivos constituem uma preocupação dos telespectadores e que suscitam denúncias perante o Regulador, considerou-se pertinente aprofundar a sua análise.

Este trabalho é composto por IV Partes (1. Caracterização geral e cultural; 2. Infoentretenimento – hibrididade de conteúdos; 3. Representação mediática e proteção de menores; 4. Representação mediática da violência doméstica) que publicitam os resultados de uma análise exploratória aos *talk shows* matinais dos serviços de programas da RTP1, SIC, TVI e CMTV, tendo por base uma amostra aleatória de cinco dias úteis, num total de cinco edições por operador.

Pretende-se que as reflexões e as preocupações enunciadas permitam iniciar uma nova linha de diálogo entre a ERC e os operadores com vista a salvaguardar os direitos do público.

A caracterização da diversidade cultural permite concluir que a maioria dos *talk shows* matinais analisados apresenta espaços com atuações e/ou promoções de expressões culturais. As apresentações musicais de bandas e artistas portugueses destacam-se entre as expressões culturais identificadas nos *talk shows* dos quatro serviços de programas.

Relativamente às manifestações culturais portuguesas, a RTP1 destaca-se pela promoção de diversas expressões nacionais. Nos *talk shows* dos operadores privados, estas expressões estão menos presentes.

²³ Dados apurados a partir do repositório de deliberações da ERC.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO: INFOENTRETENIMENTO NOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022

Este capítulo visa apresentar uma visão aprofundada do fenómeno do infoentretimento nos *talk shows* matinais da RTP1, SIC, TVI e CMTV.

Elencam-se, de seguida, os principais resultados emanados da análise.

O *talk show* matinal emitido na RTP1 é o único que não contém conteúdos informativos, afastando-se da modalidade de hibridiz de géneros que qualifica o fenómeno do infoentretimento.

Os *talk shows* da SIC e da TVI, “Casa Feliz” e “Dois às 10”, respetivamente, são casos representativos de infoentretimento, sendo as suas edições compostas por conteúdos de *entretimento* e por segmentos fixos de informação.

Em termos de tematização, os conteúdos informativos da SIC, TVI e CMTV revelam uma prevalência da abordagem de ocorrências violentas e/ou trágicas, aí se destacando a violência doméstica e homicídios/tentativas de homicídio.

O tratamento conferido aos assuntos noticiados é tendencialmente *tabloide* e com baixo grau de problematização. O ângulo preponderante é o da denúncia e a narrativa assenta na dramaticidade e na dimensão personalizada da estória.

Cerca de metade dos conteúdos informativos dos *talk shows* da SIC e da TVI têm como protagonistas adultos em condição de vítimas.

Na maioria destes casos, os direitos pessoais dos adultos veem-se respeitados, tendo sido, contudo, identificadas algumas situações passíveis de configurar violações daqueles direitos, sobretudo no que respeita ao direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar.

De uma forma geral, os conteúdos informativos dos *talk shows* não têm significativa presença ou referência a menores, sendo no programa da TVI que se identifica maior presença destes atores.

Observa-se uma tendência para a preservação da identidade dos menores em casos em que se encontram numa situação de vulnerabilidade ou na condição de vítimas.

Todavia, foram identificados conteúdos na amostra analisada em que os menores se encontram numa situação de vulnerabilidade, psicológica/emocional ou física, e que, por via da divulgação de determinados elementos, são indiretamente passíveis de identificação.

Uma parte dos conteúdos informativos identificados nos *talk shows* da SIC e da TVI recorre a terminologia jornalística. Trata-se dos casos em que os profissionais que os apresentam são identificados como repórteres e que, no entanto, respondem perante um Diretor de Programas e não perante um Diretor de Informação.

Por outro lado, a análise também mostra que as fichas técnicas que compõem os genéricos finais dos *talk shows* da RTP1, SIC e TVI recorrem a terminologia do campo do jornalismo, fazendo equivaler profissionais que não detêm título habilitador para o exercício do jornalismo com aqueles que possuem carteira profissional atribuída pela CCPJ.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO: MENORES NOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022

Este capítulo debruça-se sobre a representação atribuída aos menores no âmbito dos *talk shows* matinais. Esta representação toma em consideração os menores quer enquanto objeto dos conteúdos emitidos, quer enquanto recetores.

O conceito de menores adotado cumpre o definido na Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV) - Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, ou seja, refere-se a “menores de idade”.

É importante realçar que a presente análise assume um papel exploratório de modo a informar e promover a reflexão sobre as situações identificadas e que afetam os menores.

Não se adotou uma linha decisória, a qual, de acordo com os Estatutos da ERC (cfr., nomeadamente, artigo 55.º e seguintes e artigo 64-º), se enquadra, habitualmente, em procedimentos de queixa e procedimentos oficiosos (muitas vezes suscitados por participações de cidadãos), que pressupõem a pronúncia por parte dos órgãos de comunicação social envolvidos.

Não obstante, tendo em conta que os conteúdos divulgados nos *talk shows* matinais sucedem dentro do horário protegido e, tomando como referência as participações já analisadas pela ERC nesta e noutras matérias que envolvem menores, considera-se relevante o presente enquadramento prospetivo, incluindo para o enriquecimento de uma perspetiva de autorregulação.

Nas vinte edições analisadas, identificam-se 69 conteúdos com a presença/referência a menores de idade.

Em termos gerais, verifica-se que:

- O programa “Dois às 10” (TVI) tem o maior peso de presença de menores em temas associados a criminalidade, que inclui homicídios, bullying e violência doméstica. O tema saúde surge como o mais representado neste serviço de programas.
- A “Casa Feliz” dá também maior representação a menores em situações de violência doméstica e crime. O tema saúde assume uma representação de menores idêntica ao da violência doméstica. A SIC regista a maior variedade temática com a presença / referência a menores.
- A “Praça da Alegria” (RTP1) e a “Manhã CM” (CMTV) destacam temas relacionados com artes e espetáculo, estilo de vida e lazer, curiosidades sobre pessoas relacionadas com outros programas do operador, como novelas ou concursos, e *desporto*.
- Na “Praça da Alegria”, RTP1, os menores surgem retratados como agentes civicamente ativos, promotores das tradições das suas localidades e com capacidades artísticas diversificadas.
- Os menores, na “Casa Feliz” da SIC, surgem como vítimas de situações de crime, designadamente violência doméstica e bullying. São incluídos genericamente em ofertas comerciais; fisicamente ativos; relacionados com figuras públicas populares da esfera televisiva; incluídos em situações de esperança no apoio a causas sociais, e integrando, através dos seus progenitores, percursos de vida que ilustram luta e a superação de obstáculos.

O caso da TVI assemelha-se ao da SIC pela referida presença de menores nos espaços de comentário a incidentes de natureza criminal, como a violência doméstica. Os menores surgem, assim, como vítimas de situações de crime; abrangidos por ofertas comerciais; relacionados com figuras públicas populares da esfera televisiva, e enquanto filhos de cidadãos comuns, que passam por traumas e superam desafios no sentido da reconstrução da sua vida e autoestima, sendo os menores a motivação e razão de viver dos seus progenitores.

Na CMTV os menores surgem em situações de lazer; ambientalmente participativos e como agentes de promoção das tradições locais. São incluídos em histórias de vida de progenitores que, com mais ou menos sucesso, lutam por eles. No contexto de *fait-divers* e figuras televisivas, as crianças surgem como partes colaterais de polémicas que envolvem os seus pais.

Pelo exposto, há a referir que assume relevância a identificação de menores em contextos de violência. A divulgação de certas informações do foro da reserva da intimidade de crianças, ainda que com autorização dos pais, é suscetível de violar os limites à liberdade de programação, por tal divulgação lesar de modo irreversível bens jurídicos fundamentais do menor, como sejam a intimidade e o livre desenvolvimento da personalidade.

Tendo em conta o disposto no n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade, devendo os operadores evitar a exploração mediática de aspetos da vida pessoal e familiar do menor passíveis de fragilizar a sua imagem pública.

Estando o operador obrigado a proteger a identidade do menor, deve naturalmente evitar que a identificação possa ser feita através de elementos indiretos (como morada/local de residência, escola ou outras atividades que frequentam).

Relatos de violência pormenorizados, com o recurso a elementos que reforçam a emoção, o choque e o carácter *voyeurista* das histórias contadas, podem ser perturbadores e emocionalmente desestabilizadores, cabendo aos operadores ponderar se estes conteúdos são adequados à classificação etária do *talk show* e ao seu horário de transmissão, tendo em vista a proteção da formação da personalidade de crianças e jovens e a ética de antena a que estão vinculados.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO: REPRESENTAÇÃO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA NOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022 (ESTUDO DE CASO)

A intervenção da ERC no combate à discriminação e aos estereótipos com base no género é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»²⁴ e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»²⁵.

Este capítulo debruça-se sobre o tratamento mediático dos casos de crime de violência doméstica, em particular de violência doméstica na intimidade numa amostra de *talk shows* matinais dos serviços de programas RTP1, SIC, TVI e CMTV.

A cobertura dos crimes de violência doméstica, em particular da violência na intimidade destaca-se nas rubricas “Atualidade”, na TVI, e “Análise Criminal”, na SIC, tendo também presença nas “Notícias dos Famosos”, da CMTV. Este assunto está ausente na amostra de *talk shows* matinais da RTP1.

Salienta-se que a cobertura jornalística destes casos tem enfoque na ordem interna, destacando pormenores da violência entre os envolvidos.

Os comentadores em estúdio contribuem, na generalidade, para o debate e para a problematização da violência doméstica como um problema de ordem social, salientando-o como crime público.

²⁴ Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

²⁵ Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

Durante o ano de 2022 a ERC analisou de forma regular o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 188 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP2 (81) e o menor na TVI (24).

Se em 2020 e em 2021 o serviço RTP1 do operador público foi aquele que registou o maior número total de alterações da programação verificadas, em 2022 é o serviço RTP2 que regista o maior número de alterações, mantendo-se a tendência de os dois serviços do operador público, RTP1 e RTP2, continuarem a ter um elevado número de desvios, neste caso com uma subida acentuada do número verificada na RTP2 face ao ano anterior. No entanto, não é demais referir que esta situação fica a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, especialmente no que se refere à natureza da programação transmitida em direto, por exemplo competições desportivas, galas, etc.

À exceção do serviço RTP1, todos os restantes serviços tiveram um pior desempenho em 2022 se comparado com o ano imediatamente anterior. Assim, no cômputo geral de todos os serviços/ano, as situações desconformes subiram de 110 para 188, sendo que a subida em questão muito se ficou a dever à pior *performance* da RTP2, que registou em 2022 mais 64 casos do que em 2021 e teve o seu pior resultado no quinquénio. A TVI foi o serviço que registou o valor mais baixo de desvios (24), apesar de ter tido mais casos do que em 2021 (18), a RTP1 (35) melhorou em face do ano anterior (39) e a SIC (48), apesar de ter registado mais desvios do que em 2021 (36), manteve-se ainda com um valor abaixo do que registou em 2020 (59).

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos quatro serviços regularmente analisados, verificou-se que os meses com maior incidência de ocorrências foram julho, setembro e novembro, respetivamente com 28, 32 e 33 casos; por sua vez, o mês de outubro registou apenas uma ocorrência.

Como na maioria dos anos transatos, também em 2022 não se pode concluir por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma vez que, apesar de julho e novembro coincidirem com os picos das ocorrências, respetivamente, nos serviços RTP2 e TVI e RTP1 e SIC, meses como janeiro contabilizou ocorrências acima das duas dezenas e setembro acima das três dezenas.

Numa apreciação mais qualitativa também concluímos que os eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitada foram todos eles distintos entre si e prenderam-se com situações díspares como a cobertura da atualidade política (ex. Legislativas 2022), homenagens póstumas por altura da morte de figuras públicas, transmissões em direto, desportivas, religiosas e outras e mesmo um ataque informático externo sofrido pelo Grupo Impresa.

Assinalando-se que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, resultando assim da própria natureza dos acontecimentos transmitidos ou da necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas e casos de força maior, bem como do cumprimento de obrigações relacionadas com a concessão de serviço público de televisão, o qual faz impender sobre o operador público deveres específicos de cobertura informativa cujas situações, em concreto, se encontram quase sempre abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Só em casos especiais, analisados casuisticamente, as situações que não se enquadram exatamente na norma de exceção podem ser relevadas pelo Conselho Regulador da ERC, designadamente pela sua inexpressividade na análise global.

No decurso de 2022 o Conselho Regulador da ERC não determinou a instauração de processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação”.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último quinquénio (2018/-2022), não se pode concluir por uma evolução homogénea, pois se em 2018 o número de situações irregulares baixou drasticamente para 61 (o valor mais

baixo registado no quinquénio), voltou a subir em 2019 (137) e 2020 (239), baixando novamente em 2021, para um total de 110 situações, e voltando a aumentar em 2022, para um total de 188 situações, com uma diferença de mais 78 casos de alteração da programação registados neste último ano em face do ano imediatamente anterior.

Os máximos totais de situações irregulares registadas em 2020 mostraram consistência com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações, já nos anos de 2018, 2019, 2021 e 2022 não foi possível apurar um padrão qualitativo uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas.

Para além dos quatro serviços generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, durante o ano de 2022 foram ainda analisados, por amostragem aleatória, o serviço de âmbito internacional SPORT TV África, e os serviços de âmbito nacional SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, 11 e BTV1, todos temáticos de *desporto*, o serviço TVI Ficção, temático de ficção nacional, os serviços SIC Caras, Q e Casa e Cozinha, temáticos de *entretenimento*, o serviço S+, temático de saúde e o Porto Canal, de tipologia generalista. À exceção dos serviços SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5 e BTV1, que são de acesso condicionado, por serem disponibilizados ao público mediante uma contrapartida específica, todos os serviços restantes são de acesso não condicionado com assinatura, onde a contrapartida respeita apenas ao acesso à infraestrutura de distribuição ou à sua distribuição.

Todas as análises ao anúncio da programação destes serviços foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.º 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, tendo a ERC arquivado todos os procedimentos, no que respeita ao “anúncio da programação”.

Note-se que, de entre as situações analisadas, algumas puderam enquadrar-se na norma de exceção do n.º 3 do art.º 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – situações quase todas inerentes a programação desportiva em direto, no caso dos serviços de temática desportiva – e as que não se puderam enquadrar foram relevadas, atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespectadores e por motivos de economia processual.

Em 2022 não foi aberto qualquer processo contraordenacional quanto à matéria do “anúncio da programação” nos serviços analisados: SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, 11, BTV1, TVI Ficção, SIC Caras, Q, Casa e Cozinha, S+ e Porto Canal.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda, nos seus serviços de programas, encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Em 2022, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade, por amostra, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram ainda verificadas as emissões dos serviços de programas temáticos 11, BTV1, Casa e Cozinha, CMTV, Porto Canal, Q, S+, SIC Caras, SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, TVI Ficção e ZAP Viva.

Estes serviços foram também objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º -A e seguintes da LTSAP.

No que respeita ao cumprimento das normas contidas na LTSAP, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, não se verificaram situações de incumprimento.

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

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais telepromoção, patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados para o estrito cumprimento das normas constantes da LTSAP. Das ações de fiscalização, resultou a abertura de processo contraordenacional relacionado com a inserção de publicidade que recaiu sobre o serviço de programa Correo da Manhã TV (CMTV).

Em 2022, foram medidos os níveis de volume de som de 11 (onze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado flutuações significativas dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

O Plano Plurianual (Plano) prevê as obrigações de acessibilidade das emissões para os serviços de programas dos operadores de televisão de serviço público e para os operadores privados, com serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre e serviços generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, sob jurisdição do Estado Português.

O Plano, aprovado pela Deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro, que deveria entrar em vigor a 1 de janeiro de 2022, esteve com efeitos suspensos na sequência de uma ação administrativa de impugnação e da concomitante providência cautelar de suspensão de eficácia da Deliberação da ERC, promovida pelos operadores abrangidos pelas obrigações.

Dadas as circunstâncias, o Plano não foi aplicado até à aprovação da sua alteração, o que se concretizou através da Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto de 2022, condicionando o período de verificação e fiscalização desta matéria por parte da ERC.

Assim, o presente relatório circunscreve-se à análise do último trimestre de 2022, que incidiu sobre uma amostra de três semanas de emissões em matéria de legendagem trabalhada e em direto e língua gestual portuguesa e do universo do trimestre ao nível da audiodescrição.

Verificou-se que o operador de serviço público cumpriu as obrigações na RTP1 e na RTP2 quanto a legendagem trabalhada, no entanto não foram atingidas as 15 horas de legendagem em direto previstas no Plano.

Na RTP3 não foi emitida programação com legendagem em direto e apenas numa das três semanas da amostra analisada, foi usada a legendagem trabalhada.

Na RTP Madeira e RTP Açores não foi utilizada legendagem, apesar de tal obrigação estar prevista no Plano em vigor.

Nos serviços de programas temáticos de informação Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN não foi cumprido o dever de emitir programas com legendagem trabalhada.

Relativamente à obrigação de interpretação em língua gestual portuguesa, verifica-se o seu cumprimento na generalidade dos serviços abrangidos, apenas a CMTV não atingiu o mínimo de seis horas exigido.

Nos serviços de programas do operador público a dimensão da janela de ILGP não se ajusta ao mínimo previsto no atual Plano, o mesmo acontecendo no Porto Canal.

O número de horas de programação acompanhada de audiodescrição foi cumprido, com destaque para os serviços RTP 1 e TVI que ultrapassaram largamente o mínimo exigido.



DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei da Televisão alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que entrou em vigor a 17 de fevereiro de 2021, não introduziu alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe ‘Defesa da língua portuguesa’.

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

A avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de programas originariamente em língua portuguesa é efetuada anualmente, tendo por base a informação trimestral prestada no Portal de televisão da ERC pelos operadores sob jurisdição nacional em relação a cada um dos seus serviços de programas televisivos.

Em 2022, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2021. No operador de serviço público, no serviço de programas RTP2, em 2022, apenas se denota o incumprimento do n.º 3 do artigo 44.º Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, na quota relativas à difusão de obras criativas originariamente em língua portuguesa. Uma vez que foram abertos processos contraordenacionais pelo desrespeito dos n.ºs 2 e 3 do artigo 44.º em 2020 e 2021 pelo operador RTP - Radio e Televisão de Portugal, S.A., no serviço de programas RTP2 e que o referido serviço de programas já deu cumprimento ao n.º 2 do artigo 44.º, revelando no primeiro trimestre de 2023 uma aproximação à quota de 20 % no que concerne à difusão de obras criativas, relevou-se o incumprimento registado em 2022.

Denota-se ainda que o operador Canalvisão não deu cumprimento ao n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP «Os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com modelo por ela definido, todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º», pelo que tratando-se de uma obrigação anual, será proposta a abertura de processo contraordenacional.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas de temáticos de entretenimento do operador SIC – SIC Mulher e SIC Caras. À exceção do TVCine Top, os restantes serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS também baixaram a percentagem de difusão de obras em língua portuguesa, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte americana.

Relativamente às obras criativas, registaram-se descidas na generalidade dos serviços do operador SIC e em todos os serviços de programas do operador TVI, os quais, ainda assim, ultrapassam a quota de 20 %, à exceção da CNN Portugal, atendível pela temática se centrar numa programação de informação.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

Em 2022, dos 47 serviços de programas avaliados, 32 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que quatro serviços de programas obtiveram percentuais acima dos 45 %, e os restantes situaram-se aquém, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP, relativamente às obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10 %, não é alcançada em 23 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

De assinalar a inexistência de programação de produção europeia independente nos serviços de programas, SPORT TV+, Sporting TV e Kuriakos TV, o que se deve, em grande medida, a serem canais de produção própria.

Deve salientar-se que a lei prevê, na consideração do cumprimento das quotas de produção europeia e produção independente que se tenha em conta a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e diversão.

Relativamente à quota de 5 % a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, tendo a SIC apresentado o percentual mais elevado, ou seja, mais de metade da totalidade de produção independente recente.

Ao longo dos últimos cinco anos a incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares, denotam-se algumas inflexões negativas na integração de produção independente recente nos serviços de programas televisivos.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido abrangidos pelas obrigações do n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, verificámos um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia, não obstante apenas o OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

No ano de 2022 assistiu-se a alguma estagnação do mercado audiovisual português, tendo sido autorizados apenas dois novos serviços de programas televisivos, que contribuem para a predominância dos serviços temáticos em Portugal. As avaliações quinquenais concluídas no período em análise assinalaram um cumprimento, na generalidade, por parte dos operadores de televisão, das obrigações e condições a que se encontram vinculados.

Assistiu-se a uma diminuição generalizada dos conteúdos de primeira exibição nos quatro serviços de programas generalistas, mantendo-se, porém, um elevado número de horas de conteúdos de produção nacional.

Representando a produção europeia cerca de 80 % dos conteúdos televisivos emitidos, os restantes 20 % emitidos por estes serviços de programas, encontram proveniências muito diversas, ainda que a predominante seja a dos Estados Unidos da América.

A inclusão de novas realidades na Lei da Televisão, como os serviços audiovisuais a pedido e as plataformas de partilha de vídeo, permitiu um acompanhamento e escrutínio mais detalhado de alguns destes operadores, que se encontram sob jurisdição portuguesa, tendo sido registados, até ao final de 2022, vinte serviços audiovisuais a pedido e duas plataformas de partilha de vídeos.



VOLUME I

Atividade Regulatória

A ERC EM 2022 NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS



1. VISÃO GLOBAL

Em 2022, os serviços da Entidade Reguladora para a Comunicação Social registaram 8991 entradas, entre participações, comunicações, convites, pedidos de informação ou de esclarecimento submetidas por cidadãos e instituições. Na sequência destas entradas e por iniciativa do próprio regulador, foram abertos na ERC 1063 processos.

No ano em análise, o Conselho Regulador da ERC reuniu por 41 ocasiões. Nessa sede, aprovou uma Diretiva relativa à cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados, 437 deliberações e 405 informações relativas a procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

Em baixo, sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2022:



437

Deliberações



1

Diretiva



405

Informações



41

Reuniões do Conselho Regulador



2

Reuniões do Conselho Consultivo



1

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

E ainda:



8991

Entradas



1063

Processos abertos



80

Recursos humanos



25 293,00€

Investidos em estudos/pareceres
realizados por entidades
externas (universidades e outras
entidades especializadas)



10

Publicações

Relatório
de Regulação 2021

Relatório
de Atividades
e Contas 2021

Relatório de avaliação
da Observância do Princípio
do Pluralismo Político na
RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores,
RTP Madeira, SIC, TVI e CMTV
em 2021

Relatório
"Cobertura Jornalística das
Eleições em Legislativas
2022"

Estudo
"Regime da Transparência
dos *Media* - Prática
Regulatória 2016-2021"

Estudo
"A Rádio em Portugal. Uma
década de intervenção
regulatória";

Relatório
"Produção Audiovisual
nos Serviços de Programas
Televisivos em 2021"

Relatório
"Difusão de Música
Portuguesa em 2021"

Relatório
"Acessibilidade dos serviços
de programas televisivos
em 2021"

Relatório
"Publicidade Institucional do
Estado em 2021".

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR



1. VISÃO GLOBAL

Em 2022, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 437 deliberações e uma Diretiva relativa à cobertura informativa de guerras e conflitos armados, no seguimento do procedimento de consulta pública aberto, a 25 de maio, para o seu [“Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa Televisiva de Guerras e Conflitos Armados”](#).

28 das pronúncias produzidas pela ERC, sob a forma de deliberação, refletem uma etapa intermédia do procedimento, como seja a notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador. Numa fase posterior, outra deliberação concluirá a apreciação do caso. As deliberações da ERC que correspondem a momentos intercalares antes da decisão final não são alvo de publicação no sítio eletrónico da ERC.

A análise à atividade total deliberada pelo Conselho Regulador mostra que as queixas e participações que visam o meio Televisão representam 35,70 % (156 deliberações) e que são sobretudo motivadas por questões de conteúdos jornalísticos – como faltas de rigor informativo nos telejornais do horário nobre e de tratamento equitativo das candidaturas às eleições

legislativas de janeiro – e, em segundo lugar, por matérias respeitantes aos limites à liberdade de programação no entretenimento, com predomínio do *reality show* “Big Brother” e de vários *talk shows* transmitidos de manhã.

Em 2022, no meio Televisão, verificam-se também deliberações que respeitam a autorizações de novos serviços de programas televisivos para canais temáticos, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura: o Azores TV (Deliberação ERC/2022/154 (AUT-TV)), cujo operador é propriedade de Paulo Feliciano Audiovisual, Lda., e a UNIFÉ TV (Deliberação ERC/2022/153 (AUT-TV)), da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Foi ainda deliberada a alteração do projeto do serviço de programas SPORT TV 4 (Deliberação ERC/2022/101 (AUT-TV)), de temático sobre golfe para desportos motorizados.

Nesse ano, foram também renovadas as autorizações dos serviços de programas temáticos Fuel TV (Deliberação ERC/2022/163 (AUT-TV)), Kuriakos TV (Deliberação ERC/2022/20 (AUT-TV)), Q (Deliberação ERC/2022/159 (AUT-TV)), SIC Radical (Deliberação ERC/2022/18 (AUT-TV)) e TVI Ficção (Deliberação ERC/2022/367 (AUT-TV)) pelos resultados das avaliações intercalares, de acordo com o artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido sobre o período de 2017 a 2021.

As deliberações sobre o meio televisivo incluem ainda a apreciação do cumprimento das Obrigações de Programação, das quotas de difusão de obras audiovisuais referentes aos operadores generalistas e do horário anunciado para emissão dos programas na grelha, neste caso acerca da RTP2 (Deliberação ERC/2022/56 (PROG-TV), Porto Canal (ERC/2022/76 (PROG-TV-PC)) e TVI (ERC/2022/417 (PROG-TV-PC)), e à emissão de extratos informativos/utilização de imagens com direitos exclusivos, envolvendo a SPORT TV e a RTP (ERC/2022/39 (OUT-TV), ERC/2022/74 (OUT-TV), ERC/2022/429 (OUT-TV) e ERC/2022/430 (OUT-TV)).

Em 2022, sobressai também a publicação da Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV) que alterou o Plano Plurianual, definidor das obrigações de acessibilidade para as pessoas com necessidades especiais que os serviços de programas televisivos e serviços audiovisuais a pedido têm de garantir no período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025, através da Deliberação 2021/317 (OUT-TV). A alteração correspondeu a estabelecer que o tamanho da janela do intérprete de língua gestual no ecrã não pode ser inferior a 1/15 e que, sempre que exequível, nas peças dos serviços noticiosos, os excertos em idiomas estrangeiros emitidos legendados devem ser acompanhados por locução em língua portuguesa.

Na representação gráfica por suporte do meio de comunicação visado na totalidade das deliberações aprovadas pela ERC, segue-se a Internet, através de 90 deliberações (20,59 %), a Imprensa, com 72 deliberações (16,48 %) e a Rádio, com 48 deliberações (10,98 %). A categoria meio de comunicação social “Diversos” que contempla decisões sobre situações que envolvem diferentes OCS ou que se apresentam em formatos distintos (no suporte impresso e na edição eletrónica de um jornal, ou ainda conteúdos divulgados por uma agência de notícias ou uma publicação exclusivamente eletrónica e por um serviço de programas) somou 71 deliberações e representa 16,25 %.

Desde 2006, a ERC emitiu um total de 4995 deliberações. Estas são tomadas por maioria, exigindo-se o voto favorável de três dos cinco membros que estatutariamente compõem o órgão responsável por definir e implementar a atividade regulatória da Entidade.

Em 2022, refira-se ainda que o Conselho Regulador aprovou também 405 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

Os estatutos da ERC determinam que o Conselho Regulador reúna ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou a solicitação de dois dos restantes membros.

O falecimento do Vice-Presidente Mário Mesquita, em 27 de maio de 2022, determinou que o ciclo de Conselheiros então em funções passasse, a partir dessa data, a apresentar uma composição de quatro membros.

Em 2022, o Conselho Regulador completou cinco anos de mandato e deliberou em 41 reuniões.

A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

FIG.1 – EVOLUÇÃO DAS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR (2006 A 2022)



Fonte: Repositório Institucional da ERC

As decisões proferidas pela ERC podem assumir a forma de Deliberação, de um esclarecimento sob a forma de informação ou da comunicação às partes em litígio, por carta ou *e-mail*, de que foi decidido o arquivamento, não tendo, nestes dois últimos, casos, qualquer publicitação pública.

As deliberações são, assim, o único documento em que a ERC divulga a análise dos casos, a pronúncia do órgão de comunicação social visado e o sentido das decisões que toma. Estas, quando tidas como finais, são publicadas na íntegra, no sítio eletrónico da ERC, de acordo com os seus Estatutos, depois de comunicadas aos envolvidos.

As deliberações da ERC estão classificadas segundo as seguintes categorias temáticas: Autorizações, Classificação das publicações, Conteúdos jornalísticos e rigor informativo, Conteúdos programáticos, Direito de resposta e de retificação, Direitos dos jornalistas, Licenças, Obrigações de programação, Outros, Pareceres, Pluralismo, Publicidade, Registo dos Órgãos de Comunicação Social, Sondagens e Transparência dos *Media*.

Em 2022, a ERC pronunciou-se através de 437 deliberações, correspondendo 409 delas ao encerramento formal de processos apreciados.

FIG. 2- AGREGADO DE TODAS AS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR EM 2022

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Diversos	Total
Autorizações	0	17	10	0	0	27
Conteúdos	25	7	95	37	13	177
Proc. Contraordenacionais	6	1	11	2	1	21
Direito de Resposta	20	0	13	30	2	65
Direito dos Jornalistas	0	0	0	0	4	4
Licenças	0	0	0	0	0	0
Obrigações de Programação	0	6	2	0	0	8
Pareceres	0	11	6	2	5	24
Pluralismo	3	0	7	7	2	19
Registos	2	3	0	1	0	6
Publicidade	10	0	3	6	7	26
Sondagens	3	0	1	4	12	20
Transparência	0	0	0	0	22	22
Outros	3	3	8	1	3	18
Total	72	48	156	90	71	437

Fonte: Repositório Institucional da ERC

A Televisão foi o tipo de órgão de comunicação social (OCS) mais visado, de forma isolada, no conjunto das deliberações emitidas pelo Conselho Regulador com uma proporção de 35,70 % (156 deliberações), seguida pela Internet, com 90 deliberações (20,59 %), da imprensa, com 72 deliberações (16,48 %) e da categoria “Diversos” que contempla decisões sobre situações que envolvem OCS distintos ou que se apresentam em suportes díspares com 71 deliberações e um peso de 16,25 %. Em último lugar surge o meio Rádio, com 48 deliberações (10,98 %).

Entre as 71 deliberações que incidiram sobre vários órgãos/ou meios em suportes diferentes, destacam-se 22 pronúncias sobre transparência económica das sociedades comerciais e outras entidades com atividade de comunicação social, 13 pronúncias sobre matérias de conteúdos, 12 pronúncias sobre questões de credenciação de sondagens, sete sobre matérias de publicidade e cinco pareceres de pendor legislativo.

A falta de rigor informativo e de rejeição do sensacionalismo, a par da escolha de ângulos editoriais em que são mostradas imagens suscetíveis de impressionar públicos mais sensíveis, mais frequentes na cobertura de homicídios e suicídios predominam nas deliberações sobre o tratamento de conteúdos jornalísticos nas emissões televisivas. Num segundo patamar, em número, estão as deliberações em que é abordada a lesão do bom-nome e reputação dos representados.

As deliberações produzidas pela ERC resultam da apreciação de participações submetidas por cidadãos/instituições ou da abertura de processos de averiguações desencadeada por iniciativa do próprio regulador, por considerar determinados comportamentos suscetíveis de configurarem uma violação de direitos, liberdades e garantias ou de quaisquer normas legais ou regulamentares aplicáveis às atividades de comunicação social.

Em 2022, continua a verificar-se a existência de deliberações que respeitam à apreciação de múltiplas participações que deram entrada no regulador sobre o mesmo caso. É disso exemplo a Deliberação ERC/2022/419(CONTJOR-R), que dá resposta a 13 denúncias, duas delas reencaminhadas por instituições pela igualdade e contra a discriminação dos ciganos em reação à pergunta do Fórum TSF, de 7 de maio, sobre a proposta do partido Chega de haver um plano de confinamento para a comunidade por a rádio questionar se tal seria «racista e inconstitucional». E a Deliberação ERC/2022/25 (CONTJOR-TV) que vem na sequência de um conjunto de 11 participações sobre conteúdos jornalísticos, e apreciou o programa “Fontes Bem Informadas”, transmitido na CNN Portugal, em 29 de janeiro, véspera das eleições legislativas, pelas 11 horas, em que foram apreciados os possíveis resultados através de uma presumida crítica aos filmes de Harry Potter.

Em 2022, refira-se ainda o registo de dez deliberações na sequência de queixas submetidas por partidos políticos e de uma autarquia por alegada falta de tratamento jornalístico equitativo das candidaturas às presidenciais de 2021 e legislativas de 2022, e de assuntos municipais.

A análise aos descritores que surgem associados, no Repositório Institucional da ERC, a cada uma das 409 deliberações da ERC tidas como finais, permite identificar que a temática mais abordada no universo destas pronúncias é a do rigor informativo, presente em 75 deliberações, 18,34 % do total. O direito de resposta surge em seguida em 64 deliberações e os direitos de personalidade em 51 deliberações. Estas três temáticas, juntas, representam 46,45 % das deliberações finais aprovadas pela ERC em 2022. De salientar que a proteção de menores e as eleições foram também das temáticas mais abordadas, ambas presentes em 29 deliberações.

Para esta análise contabilizaram-se os descritores com ocorrência superior a quatro deliberações.

FIG. 3 - TEMÁTICAS MAIS EXPRESSIVAS NAS DELIBERAÇÕES TIDAS COMO FINAIS APROVADAS PELA ERC, EM 2022



Fonte: Repositório Institucional da ERC

Em 2022, o Conselho Regulador da ERC publicou a Diretiva 2022/1 destinada a recordar ao setor da comunicação social os deveres e boas práticas para a cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados.

No decurso desse ano, verifica-se a aprovação de 12 deliberações (Figura 4) sobre a cobertura noticiosa do acontecimento “Guerra na Ucrânia”, surgindo como característica mais denunciada a falta de rigor informativo. Duas dessas deliberações incidiram sobre a emissão em peças de telejornais de imagens de jogos de computador e de um vídeo disponível na Internet de uma batalha na Ucrânia, mas ocorrida em 2014, para representar a invasão russa e o arremesso de *cocktails Molotov* a carros de combate russos por civis ucranianos. Tendo o regulador deliberado instar os meios visados a assegurar a idoneidade e a atualidade de imagens ou discursos provenientes de fontes de informação oficiais e não oficiais, de forma a não veicularem conteúdos de desinformação ou propaganda.

As demais deliberações sobre este conflito decorrem de presumidas falhas de isenção e de demarcação entre informação e opinião, da violência percebida pelos telespectadores por eventual prejuízo da livre formação da personalidade de menores e de direitos de resposta e retificação negados pelos órgãos.

FIG.4 — DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2022 COM REFERÊNCIA À GUERRA DA UCRÂNIA

N.º da deliberação	Assunto
ERC/2022/139 (DR-I)	Recurso por denegação do exercício do direito de retificação de Frederico Manuel Carvalhão Gil contra o jornal Expresso
ERC/2022/150 (DR-I)	Recurso por denegação do exercício de direito de resposta de Alexandre Teixeira Neto Guerreiro pelo jornal Expresso
ERC/2022/166 (DR-I)	Recurso contra o jornal Tal & Qual por alegada denegação ilegítima de um direito de resposta e retificação de Mariana Mortágua
ERC/2022/173 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 4 de março de 2022 do programa informativo “Guerra na Europa” da SIC Notícias, a propósito da entrevista a João Ferreira

FIG.4 — DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2022 COM REFERÊNCIA À GUERRA DA UCRÂNIA

N.º da deliberação	Assunto
ERC/2022/178 (CONTJOR-I)	Participações contra a edição impressa de 25 de fevereiro de 2022 da publicação periódica Inevitável, a propósito da manchete “O dia em que a Europa tremeu”
ERC/2022/190 (CONTJOR-TV)	Queixa do Partido Comunista Português contra a SIC – peça transmitida na edição de 6 de março do “Jornal da Noite”
ERC/2022/215 (CONTJOR-TV)	Participação contra a CNN Portugal sobre a notícia da morte da criança ucraniana
ERC/2022/248 (CONTJOR-TV)	Queixa de Natalya Khmil e da Associação Amizade contra a CNN Portugal por violação do dever de rigor informativo e do direito ao bom-nome e reputação na notícia com o título “A teia de ligações a Putin de associações que estão a acolher refugiados em Portugal”, publicada no site da CNN Portugal no dia 16 de abril de 2022
ERC/2022/282 (CONTJOR-TV)	Participação contra a CNN Portugal, por utilização de imagens de um jogo de computador para retratar o início da invasão russa à Ucrânia – parecer após audiência de interessados
ERC/2022/319 (CONTJOR-TV)	Participação relativa a uma notícia emitida no “Primeiro Jornal”, de 12 de agosto de 2022, por falha de rigor informativo sobre a central nuclear de Zaporíjia, na Ucrânia
ERC/2022/345 (CONTJOR-TV)	Participação contra a RTP1 – Peça sobre a utilização de cocktails Molotov por civis ucranianos contra carros de combate russos
ERC/2022/346 (CONTJOR-TV)	Participação contra a SIC e SIC Notícias – Peça sobre um piloto ucraniano apelidado de “Fantasma de Kiev”

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Entre as deliberações do Conselho Regulador que aprovaram relatórios autónomos destaca-se a Deliberação ERC/2022/404 (PLU-TV) em que foi aprovado o “Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político em 2021 na informação televisiva diária e não-diária – RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3”.

As deliberações sobre conteúdos programáticos, em 2022, concentraram-se nas respostas às participações sobre os *reality shows* “Big Brother”, “Big Brother Famosos”, “Duplo Impacto” e “Big Brother – A Revolução” (Deliberações ERC/2022/126 (CONTPROG-TV), ERC/2022/301 (CONTPROG-TV), ERC/2022/303 (CONTPROG-TV), ERC/2022/312 (CONTPROG-TV), ERC/2022/320 (CONTPROG-TV), ERC/2022/125 (CONTPROG-TV) e (ERC/2022/8 (CONTPROG-TV)) e “Pesadelo na Cozinha” (ERC/2022/234 (CONTPROG-TV), ERC/2022/277 (CONTPROG-TV) e ERC/2022/281 (CONTPROG-TV)). Vários *talk shows* da manhã da TVI, foram analisados por abordagens consideradas questionadoras do direito ao bom-nome e reputação (Deliberações ERC/2022/109 (CONTPROG-TV), ERC/2022/310 (CONTPROG-TV), ERC/2022/372 (CONTPROG-TV), ERC/2022/376 (CONTPROG-TV) e ERC/2022/434 (CONTPROG-TV)), por comentários alarmistas (ERC/2022/323 (CONTPROG-TV)) e publicidade a bebidas alcoólicas (ERC/2022/94 (CONTPROG-TV)).

Em menor número, as seguintes deliberações foram motivadas pela apreciação dos limites à liberdade de programação na RTP1 (Deliberações ERC/2022/171 (CONTPROG-TV) e ERC/2022/255 (CONTPROG-TV)), de uma autopromoção na RTP2 (ERC/2022/360 (CONTPROG-TV)), do humorístico da SIC “Isto É Gozar Com Quem Trabalha” (ERC/2022/224 (CONTPROG-TV) e ERC/2022/356 (CONTPROG-TV)) e do programa de comentário futebolístico da CMTV, “Liga D’Ouro” (Deliberações ERC/2022/341 (CONTPROG-TV) e ERC/2022/422 (CONTPROG-TV)).

As deliberações produzidas em matéria de autorização referem-se todas a alterações no meio rádio: dos domínios dos operadores Voz de Setúbal, Lda. (ERC/2022/233 (AUT-R)), Universidade do Marão – Cooperativa de Radiodifusão, CRL (ERC/2022/304 (AUT-R)), Match FM, Unipessoal, Lda. (ERC/2022/331 (AUT-R)) e da denominação do serviço de programas de Golo FM Ponte de Sor para TDS Ponte de Sor (ERC/2022/269 (AUT-R)), à modificação do projeto Sintonizenos, Comunicação Social, Lda. e às alterações de classificação da Estádio 89.0 para Rádio 5FM (Póvoa do Varzim) de temática desportiva para musical (ERC/2022/122 (AUT-R)). Através de duas deliberações, a ERC negou a transmissão da totalidade do capital social e a alteração do domínio do operador Publicelos – Publicidade de Barcelos, Lda., e serviço de programas Rádio Local de Barcelos por falta de pedido prévio a este regulador (ERC/2022/58 (AUT-R) e ERC/2022/113 (AUT-R)).

As deliberações que autorizaram a modificação dos projetos licenciados viabilizaram a conversão para rádios generalistas: da Superádio, Unipessoal, Lda. de Amarante (Deliberação ERC/2022/307 (AUT-R)) para o operador Notícias 2000 FM – Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda., e da Estação Rádio Madeira para TSF Madeira e de temática musical para temática informativa (ERC/2022/338 (AUT-R)). Foi também autorizada a associação dos serviços de programas dos operadores RS – Rádio Seixal, Lda., da Inforádio – Comunicação Social, S.A. e P.F.M. – Radiodifusão, Lda., sob a designação comum “RDS” (ERC/2022/365 (AUT-R) e ERC/2022/437 (AUT-R)).

A Deliberação ERC/2022/138 (AUT-R) viabilizou a alterações de domínio (indireto) de 14 operadores de rádio do Grupo Media Capital pelo grupo Bauer *Media* Audio Holding GmbH: Rádio Comercial, S.A., Rádio XXI, Lda., Rádio Nacional – Emissões de Radiodifusão, Unipessoal, Lda., Côco – Companhia de Comunicação, Unipessoal, Lda., Rádio Regional de Lisboa, Emissões de Radiodifusão, S.A., Rádio Litoral Centro – Empresa de Radiodifusão, Lda., PRC – Produções Radiofônicas de Coimbra, Lda., Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda., Moliceiro – Comunicação Social, Unipessoal, Lda., Notimaia – Publicações e Comunicação, Unipessoal, Lda., RC – Empresa de Radiodifusão, Unipessoal, Lda., R. Cidade – Produções Audiovisuais, Unipessoal, Lda., Drums – Comunicações Sonoras, Unipessoal, Lda. e R 2000 – Comunicação Social, Lda.

A ERC analisa também participações e queixas que são inicialmente apresentadas a outras instituições, mas cuja competência cabe a esta Entidade. As instituições que mais encaminharam participações e queixas para a ERC, correspondentes a 7,5 % de todas as deliberações finais aprovadas pela ERC, em 2022, são a ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações e a Comissão Nacional de Eleições (CNE).

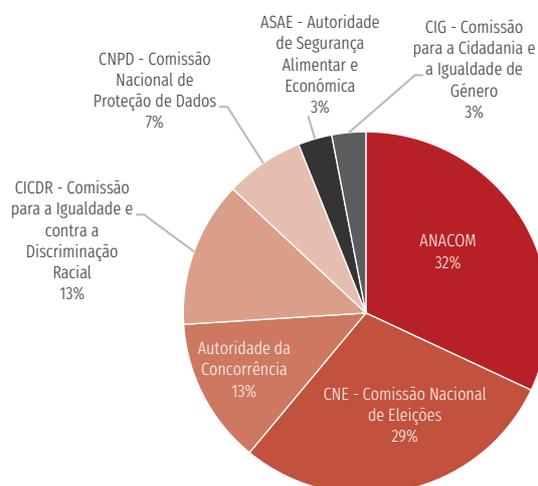
As dez deliberações cujo início do procedimento teve lugar junto da ANACOM referem-se a pedidos de operadores de rádio para transmissão de mensagens pela aplicação de radiotexto e a atribuição/alteração do nome do canal RDS, sistema de dados para as rádios associarem o nome dos serviços de programas e outras informações durante a emissão. As nove deliberações sobre temáticas remetidas a partir da CNE resultam de queixas de candidaturas por falta de rigor informativo, exclusão ou tratamento discriminatório nos debates eleitorais.

FIG. 5 — NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC, EM 2022, CUJO PEDIDO/PARTICIPAÇÃO/QUEIXA FOI REMETIDO POR OUTRA INSTITUIÇÃO

Instituição que encaminhou o pedido/participação/queixa	N.º de deliberações
ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações	10
CNE – Comissão Nacional de Eleições	9
AdC – Autoridade da Concorrência	4
CICDR – Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial	4
CNPD – Comissão Nacional de Proteção de Dados	2
ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica	1
CIG – Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género	1
Total	31

Fonte: Repositório Institucional da ERC

FIG. 6 - DISTRIBUIÇÃO, EM PORCENTAGEM, DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC EM 2022, POR INSTITUIÇÃO QUE REMETEU O PEDIDO/PARTICIPAÇÃO/QUEIXA



N=31 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

PARECERES

Em 2022, o Conselho Regulador respondeu, sob a forma de Pareceres, a iniciativas legislativas na sua esfera de atribuições que lhe foram submetidas pela Comissão Parlamentar de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias, pela Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, pela Comissão Parlamentar de Economia, Obras Públicas, Planeamento e Habitação e pelo Governo, através da Presidência do Conselho de Ministros.

Dos sete pareceres legislativos emitidos, destacamos aquele em que a ERC rejeitou o projeto de lei do Iniciativa Liberal para eliminar a contribuição do audiovisual, por não prever alternativa para a sustentabilidade do serviço público de rádio e televisão (Deliberação ERC/2022/390 (Parecer-Leg)), e outro em que manifestou reservas ao do Chega para alterar o modelo de cobrança desse valor pelas implicações ao cumprimento das obrigações legais e contratuais da RTP (Deliberação ERC/2022/141 (Parecer Leg)); e ainda às alterações propostas pelo Chega ao artigo 6.º da Carta Portuguesa de Direitos Fundamentais na Era Digital, com implicações na liberdade de expressão (Deliberação ERC/2022/194 (Parecer Leg)). Sobre a Carta, a ERC emitiu um parecer positivo à proposta do Iniciativa Liberal e em que sugere maior abrangência à do Partido Socialista para englobar as iniciativas da União Europeia contra a desinformação (Deliberação ERC/2022/195 (Parecer Leg)).

Dois outros pareceres legislativos apreciaram projetos de lei do PAN – Partido das Pessoas, dos Animais e da Natureza, em que o regulador identificou uma redundância com o Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos que já consagra os serviços de programas de rádio e de televisão, e a relevância de que sejam incluídos entre as entidades beneficiárias do apoio aos autores e detentores de direitos conexos resultantes «da venda de aparelhos e suportes que permitem a fixação e reprodução das suas emissões» e a integração de um representante indicado pelas associações da rádio no Conselho Nacional de Cultura (Deliberação ERC/2022/302 (Parecer Leg)). Também favorável é o parecer referente à inclusão das entidades reguladoras independentes cujas despesas com publicidade institucional do Estado são fiscalizadas, com a necessária transferência desta competência, atualmente da ERC, para o Tribunal de Contas (Deliberação ERC/2022/311 (Parecer Leg)).

A ERC também apreciou a proposta de Lei n.º 30/XV/1.ª do Governo, recebida através da Comissão de Economia, Obras Públicas, Planeamento e Habitação sobre a transposição da Diretiva (UE) 2019/2161, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de novembro, para assegurar uma melhor aplicação e modernização das regras da União Europeia para defesa dos consumidores contra práticas comerciais desleais e determinação das coimas por infrações, dentro das competências partilhadas com a Direção-Geral do Consumidor e a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (Deliberação ERC/2022/330 (Parecer Leg)).

Entre os pareceres sobre as alterações mais estruturais no setor da comunicação social, realça-se a resposta remetida pelo Conselho Regulador à Autoridade da Concorrência, em março de 2022, nos termos da Deliberação ERC/2022/67 (CC) em que declara não se opor à concentração pela qual o Grupo Bauer Media Audio adquire o controlo exclusivo do MCR II Media Capital Rádios, S.A., do Grupo Media Capital.

Nos setores das telecomunicações, internet e televisão por subscrição, a ERC pronunciou-se, em fevereiro, a favor da compra da Cabonitel, S.A. pela Másmóvil Ibercom, S.A. (Deliberação ERC/2022/42 (CC)), em dezembro, da aquisição do controlo exclusivo (concentração) da Cabonitel, S.A. pela Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A. (Deliberação ERC/2022/402 (CC)) e, ainda em novembro, do controlo exclusivo negativo da NOS pela SONAE, ambas S.G.P.S., S.A. (Deliberação ERC/2022/386 (Parecer)).

Nestas deliberações é reafirmado não se concluir delas resultarem perturbações indevidas ao equilíbrio do panorama mediático em Portugal, nos segmentos do mercado em que atuam, ou que tais operações ponham em causa os valores da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de conteúdos de comunicação social, nos mercados geográficos e de produto identificados.

Refira-se ainda que o regulador deu parecer favorável a seis pedidos para transmissão de mensagens no sistema *radio data system* (RDS) pela aplicação de radiotexto (Deliberações ERC/2022/73 (Parecer-R), ERC/2022/93 (Parecer-R), ERC/2022/96 (Parecer-R), ERC/2022/161 (Parecer-R), ERC/2022/200 (Parecer-R), ERC/2022/257 (Parecer-R)) e a três para

alteração do nome do canal de programa no RDS (Deliberações ERC/2022/100 (Parecer-R), ERC/2022/162 (Parecer-R) e ERC/2022/362 (Parecer-R)).

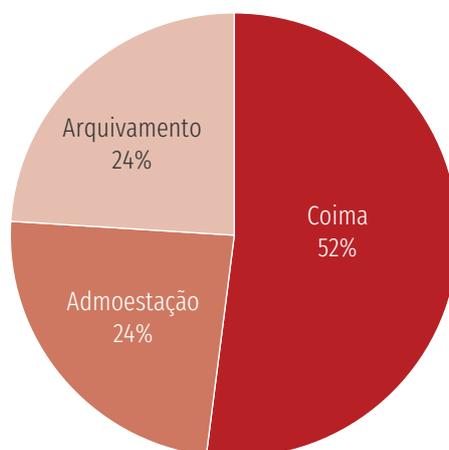
Em dezembro, a ERC pronunciou-se sobre o projeto da lista de eventos de interesse generalizado do público, para 2023, proposta pelo Ministro da Cultura, tendo considerado que os eventos elencados «reúnem genericamente os requisitos exigíveis para a sua adoção e publicação» (Deliberação ERC/2022/405 (Parecer), ao abrigo do n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Tratam-se de acontecimentos desportivos ou culturais relevantes para a identidade do Estado, com participação de portugueses e que, num contexto de concorrência e aquisição de direitos exclusivos por serviços de programas televisivos de acesso condicionado, poderiam ficar inacessíveis ao público só com televisão em sinal aberto. O regulador voltou a assinalar que todos os eventos da lista proposta são de carácter desportivo, em particular jogos de futebol.

CONTRAORDENAÇÕES

Em 2022, registam-se 34 deliberações em que o Conselho Regulador da ERC decide a abertura de processos contraordenacionais a proprietários de órgãos de comunicação social.

Nesse ano, o Conselho dá também por concluídas 21 decisões de processos contraordenacionais anteriores, tendo como desfecho a aplicação de 11 coimas, com valores entre 250 euros e 50 mil euros, cinco admoestações e cinco arquivamentos. De notar que em mais de metade destas deliberações — 52 % — prevaleceu a aplicação de uma coima ao arguido.

FIG.7 - DISTRIBUIÇÃO, EM PERCENTAGEM, DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, NO ÂMBITO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO



Fonte: Repositório Institucional da ERC

Dos 11 processos em que foram instauradas efetivamente coimas, seis foram dirigidas a operadores de serviços de programas televisivos, por incumprimento da obrigação de advertência prévia à emissão de conteúdos violentos, desrespeito pelo anúncio da programação e falta de diversidade de conteúdos de índole regional ou local na oferta dos serviços de programas generalistas desse mesmo âmbito; três a editoras de imprensa, por incumprimento na publicação de um direito de resposta e falta de averbamento da alteração à sede do editor, uma a uma rádio regional e outra a uma publicação periódica digital, respetivamente, por falta de identificação de um patrocínio e de um conteúdo publicitário com grafismo de artigo jornalístico.

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

Em 2022, o valor global das coimas efetivamente cobrado pelos serviços da ERC foi de 178 713,53 euros. Refira-se que neste total surgem incluídos, no entanto, valores de coimas decididos em processos de anos anteriores.

De seguida, enumeram-se as 11 deliberações em que foi decidida a aplicação de coimas: ERC/2022/6 (DR-I-PC), ERC/2022/62 (CONTJOR-TV-PC), ERC/2022/77 (CONTJOR-TV-PC), ERC/2022/155 (CONTPROG-TV-PC), ERC/2022/230 (PROG-TV-PC), ERC/2022/241 (REG-I-PC), ERC/2022/247 (PUB-R-PC), ERC/2022/291 (DR-I-PC), ERC/2022/378 (OUT-TV-PC), ERC/2022/428 (PUB-NET-PC) e ERC/2022/417 (PROG-TV-PC).

A análise ao motivo subjacente às diferentes contraordenações registadas, revela a predominância das irregularidades no horário de transmissão de programas em relação ao seu anúncio (deliberações ERC/2022/155 (CONTPROG-TV-PC), ERC/2022/230 (PROG-TV-PC) e ERC/2022/417 (PROG-TV-PC)) seguidas pelas motivadas pela emissão de peças jornalísticas com elementos violentos, mas difundidos sem advertência prévia como a Lei determina (deliberações ERC/2022/62 (CONTJOR-TV-PC) e ERC/2022/77 (CONTJOR-TV-PC)).

Também os direitos de resposta cumpridos de forma deficiente motivaram a abertura de contraordenações (deliberações ERC/2022/6 (DR-I-PC) e ERC/2022/291 (DR-I-PC)) e por falta de identificação de patrocínio e de publicidade (deliberações ERC/2022/247 (PUB-R-PC) e ERC/2022/428 (PUB-NET-PC)). Duas últimas deliberações resultaram das faltas de diversificação de serviços de programas generalistas de âmbito regional e local, de conteúdos de índole regional ou local (ERC/2022/378 (OUT-TV-PC)) e de averbamento da alteração da sede do editor (ERC/2022/241 (REG-I-PC)).

DELIBERAÇÕES POR TIPOS DE SUPORTE

As queixas e participações que a ERC analisou, de forma isolada, sobre o meio Televisão concentram a percentagem maior da sua atividade deliberativa, seguida pela Internet.

Num terceiro patamar de número de deliberações estão aquelas sobre matérias publicadas em vários formatos de órgãos de comunicação social (OCS), sob a categoria Diversos, abarcando pelo menos dois suportes, como a imprensa e serviços de programas televisivos (Deliberações ERC/2017/147 (CONTJOR), ERC/2023/155 (CONTJOR), ERC/2017/229 (DR-NET) e ERC/2016/223 (CONTJOR)), ou uma rádio e uma televisão, por exemplo, (ERC/2022/19 (OUT-TV ou duas rádios (ERC/2022/198 (OUT-R))).

As deliberações exclusivamente sobre Imprensa analisadas pela ERC abrangem as versões em papel e eletrónicas de jornais e revistas e, em 2022, relacionam-se sobretudo com deliberações por falta de rigor informativo e de rejeição do sensacionalismo, a par da violação do direito ao bom-nome e reputação. A recusa em publicar direitos de resposta e de retificação constitui a segunda categoria por que órgãos de imprensa são participados à ERC.

As deliberações resultantes de conteúdos emitidos pela Internet acompanham essa tendência e de responderem a denúncias por falta de rigor informativo e desrespeito dos direitos à imagem, ao bom-nome e reputação e incumprimento de direitos de resposta e retificação.

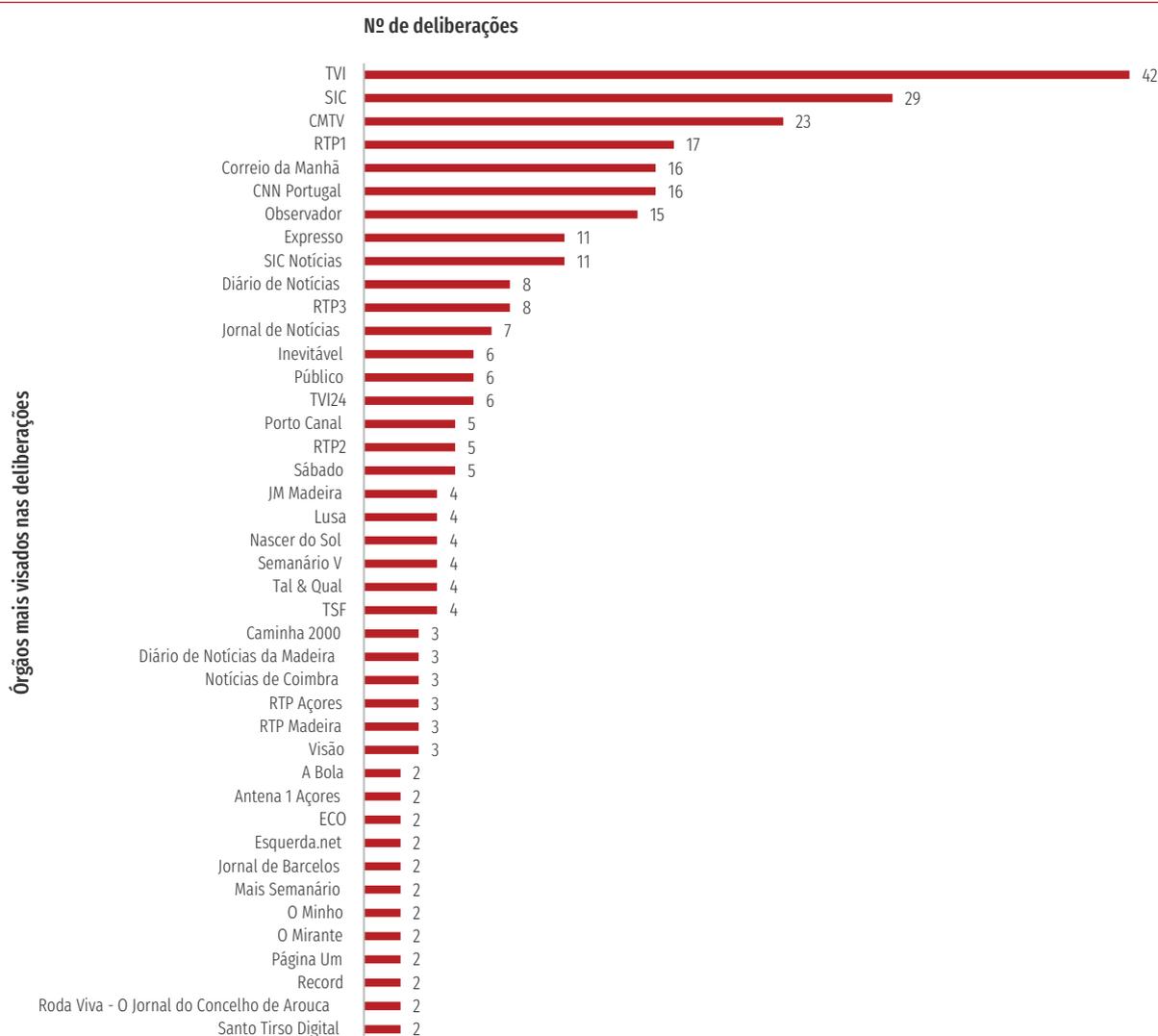
DELIBERAÇÕES POR ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL VISADOS

Como acima se refere, a maioria dos OCS visados nas 409 deliberações da ERC, que encerram formalmente a apreciação de casos, são serviços de programas televisivos.

O operador mais visado pelas pronúncias da ERC foi a TVI, com 42 deliberações, seguido da SIC (29), CMTV (23), RTP1 (17) e do Correio da Manhã e CNN Portugal (cada uma com 16).

Na Figura 8 discriminam-se, por ordem decrescente de ocorrência, os órgãos visados em pelo menos duas deliberações da ERC. Note-se que na mesma deliberação podem ser visados um ou mais órgãos distintos.

FIG. 8 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL MAIS VISADOS



Nota: Neste gráfico foram considerados apenas os órgãos de comunicação social visados em duas ou mais deliberações.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

a) Programas de televisão e artigos de imprensa mais visados

Tendo em conta o total das deliberações finais aprovadas pela ERC, em 2022, considerou-se relevante identificar quais os programas de televisão e os artigos impressos que foram alvo de análise tendo como referência duas ou mais deliberações.

A Figura 9 apresenta os nomes dos programas de televisão e os títulos de artigos de jornais, impressos ou *online*, por ordem decrescente do seu número de ocorrências. Os programas de televisão foram os mais visados nas deliberações de 2022, com destaque para as deliberações sobre os telejornais “Jornal da Noite”, da SIC (11), o “Jornal das 8”, da TVI (oito), os programas de entretenimento “Big Brother” e o *talk show* “Dois às 10”, cada um com quatro deliberações.

FIG. 9 — PROGRAMAS DE TELEVISÃO/ARTIGOS DE JORNAIS MAIS VISADOS NAS DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC, EM 2022

Nome do programa de televisão / Título do artigo de jornal	N.º de deliberações
Jornal da Noite (SIC)	11
Jornal das 8 (TVI)	8
Big Brother (TVI)	4
Dois às 10 (TVI)	4
Investigação Sábado (CMTV)	4
Jornal da Uma (TVI)	4
Bom dia Portugal (RTP1)	3
"Ordem dos Médicos envia queixa a Proteção de Dados sobre exposição de crianças" (Lusa)	3
Sexta às 9 (RTP1)	3
Você na TV (TVI)	3
"Voz de Moscovo. O ex-espião português que foi à Universidade de Lavrov dar cobertura legal a Putin" (Expresso)	3
Big Brother Famosos (TVI)	2
"Covid-19: dados confidenciais de crianças internadas em UCI partilhados em página negacionista" (CNN Portugal)	2
"Dados clínicos de crianças internadas em cuidados intensivos com covid expostos nas redes sociais" (Público)	2
"Empreiteiro de Braga insulta economista a quem reclama dívida de 95 mil euros" (O Minho)	2
Isto é gozar com quem trabalha (SIC)	2
Linha Aberta (SIC)	2
Pesadelo na Cozinha (TVI)	2
Praça da Alegria (RTP1)	2
Primeiro Jornal (SIC)	2
Telejornal (RTP1)	2
Telejornal Madeira (RTP Madeira)	2

Fonte: Repositório Institucional da ERC

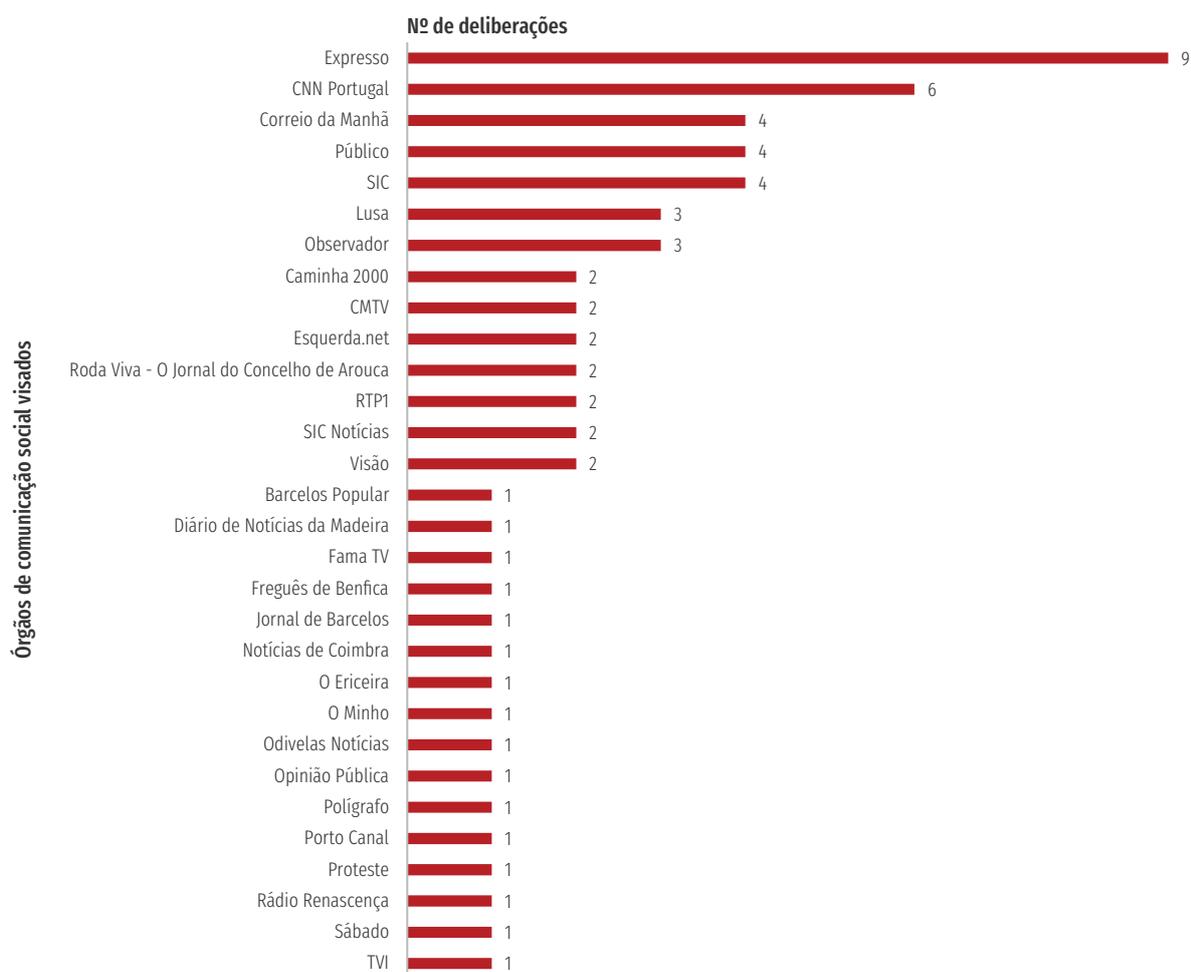
b) Órgãos de comunicação social visados na categoria Direito de resposta e de retificação

A categoria do Direito de resposta e de retificação tem um peso significativo em termos de deliberações aprovadas em 2022, somando um total de 64 pronúncias, entre deliberações de resposta a recursos por denegação deste exercício pelos OCS (61) e as que resultaram na instauração de processos de contraordenação (2).

Dos órgãos visados nesta categoria, destacam-se o jornal Expresso, com nove deliberações, e a CNN Portugal, visada em seis deliberações. Na Figura 10 identificam-se os restantes órgãos visados, todos com quatro ou menos deliberações.



FIG. 10 — DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS, EM 2022, NA CATEGORIA DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO, POR ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL VISADO



Fonte: Repositório Institucional da ERC

DELIBERAÇÕES POR TIPOLOGIA DE DECISÃO

Recorde-se que, em 2022, o Conselho Regulador da ERC aprovou 409 deliberações que encerram formalmente a apreciação de casos. Na maioria destas deliberações (97), o desfecho foi o arquivamento, enquanto em 52 deliberações foram assumidas múltiplas decisões e 50 culminaram em improcedência da denúncia. 45 deliberações culminaram em advertência para o órgão de comunicação social/serviço de programas. Foi dada procedência em 35 deliberações e em 34 foi instaurado um processo de contraordenação.

Na Figura 11 podem verificar-se as decisões tomadas pela ERC em 2022 tendo em conta a tipologia da decisão por ordem decrescente da sua ocorrência.

FIG. 11- DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



² Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.

³ Em "Outros" são considerados os pareceres legislativos, os pareceres solicitados pela Autoridade da Concorrência e pela ANACOM e todas as outras decisões que não se enquadram nas outras tipologias de decisão indicadas.

N= 409 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Refira-se ainda que em 2022 se regista a existência de duas deliberações finais que incorporam decisões individualizadas. São elas a ERC/2022/238 (PUB-I) referente às Participações contra o jornal Inevitável, propriedade da Newsplex, S.A. pela publicação de publicidade não identificada nas suas edições de 10 e 22 de novembro e 17 de dezembro de 2021 relativamente às peças com o título "China quer ser construtora da paz mundial", "China defende o verdadeiro multilateralismo", "Presidente chinês apresenta na ONU a sua receita para o futuro" e "Organização de Cooperação de Xangai (OCS) quer contribuir para a paz do mundo" e a ERC/2022/350 (PUB-I) relativa à Participação contra o jornal Nascer do Sol, propriedade da Newsplex, S.A. pela divulgação de publicidade não identificada na edição de 31 de janeiro de 2022 na peça com o título "O milagre do desenvolvimento da China"

Na análise à prevalência das decisões por tipo de suporte do meio de comunicação social em causa, observa-se que nas 86 deliberações em que o meio – ou um dos meios – visado foi a imprensa, a decisão, ou projeto de decisão, que mais prevaleceu foi o arquivamento (em 28 deliberações), seguido da procedência (em 14), do "múltiplo" (12) por remeterem para vários tipos de decisão e da advertência (oito), conforme se pode constatar na Figura 12.

FIG. 12 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A IMPRENSA



⁴ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

Nas 50 deliberações em que a rádio foi o meio – ou um dos meios – visado, a decisão que prevaleceu foi a autorização, referente a 17 deliberações. Em seguida, verifica-se o predomínio do arquivamento (9) e de múltiplo (várias decisões, em cinco deliberações).

FIG. 13 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A RÁDIO



⁵ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

Das 159 deliberações cujo meio de comunicação social – ou um dos meios – visado foi a televisão, 44 terminaram em arquivamento, 23 em advertência e 17 na instauração de processos de contraordenação.

FIG. 14 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A TELEVISÃO



⁶ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

No que concerne à internet, das 112 deliberações aprovadas em 2022 em que foi este o meio – ou um dos meios – visado, foram aprovados múltiplos tipos de decisão em 27 delas, o arquivamento em 23, e a advertência, em 17.

FIG. 15 - NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2022, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A INTERNET



⁷ Optou-se por esta designação porque uma deliberação pode conter mais do que uma decisão.
Fonte: Repositório Institucional da ERC

DELIBERAÇÕES ACOMPANHADAS COM DECLARAÇÃO DE VOTO

Em 2022, identificam-se quatro deliberações com declarações de voto ora subscritas pelo Presidente, ora pelo Vice-Presidente da ERC. Cada uma delas tem apenas uma declaração de voto associada.

FIG. 16 - DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2022 COM DECLARAÇÕES DE VOTO ASSOCIADAS

N.º da deliberação	Assunto	N.º de declarações de voto associadas
ERC/2022/59 (CONTJOR-TV)	Participações contra o programa “Fontes Bem Informadas”, transmitido na CNN Portugal, no dia 29 de janeiro de 2022, por violação do dia de reflexão	1
ERC/2022/65 (CONTPROG-TV)	Participações contra as edições de 14 e 21 de março e 25 de abril de 2021 do programa “Hell’s Kitchen” transmitido pela SIC	1
ERC/2022/221 (DR-I)	Reclamação da Deliberação ERC/2022/103 (DR-I), de 6 de abril de 2022	1
ERC/2022/222 (DR-I)	Reclamação da Deliberação ERC/2022/102 (DR-I), de 6 de abril de 2022	1

Recordamos que as decisões finais adotadas pelo Conselho Regulador da ERC (Deliberações, Diretivas, Recomendações, Regulamentos) estão publicadas no [sítio eletrónico da Entidade](#), em cumprimento do número 6 do artigo 65.º (Publicidade) dos seus Estatutos.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2022



1. VISÃO GLOBAL

Na sua intervenção regulatória, a ERC procura obedecer a princípios de razoabilidade, transparência, clareza, consistência, proporcionalidade e proximidade.

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

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

Em baixo, enumeram-se as principais ações que a ERC conduziu no decurso de 2022, em matéria de regulação e supervisão.

ERC condena situação que configura atentado às liberdades de expressão, de informação e de programação

A ERC repudiou o ataque perpetrado no dia 2 de janeiro contra o Grupo Impresa, que devastou o seu sistema informático e causou a destruição massiva de ficheiros em arquivo, afetando, em muito, a capacidade editorial e o desempenho dos respetivos órgãos de comunicação social. A ERC expressou, através de comunicado, que se tratava de um ato de extrema gravidade, que constituía não apenas um ataque a uma empresa em particular, mas também um atentado às liberdades de expressão, de informação e de programação, pilares fundamentais da democracia [consagradas nos artigos 37.º e 38.º da Constituição da República Portuguesa e na legislação sectorial específica]. A ERC apelou ao Ministério Público e às entidades judiciais de investigação criminal para que usassem do máximo rigor na investigação e ulterior punição dos responsáveis por atos deste tipo.

ERC relembra as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião

No dia 17 de janeiro de 2022, a ERC publicou no seu sítio eletrónico e nas suas páginas Facebook e Twitter, uma informação a lembrar alguns aspetos do tratamento das sondagens e inquéritos de opinião, tal como se encontram atualmente definidos na Lei das Sondagens e em normas técnicas de referência fixadas pela ERC, considerando a aproximação à Eleição para a Assembleia da República 2022, no dia 30 de janeiro.

Nessa comunicação, a ERC recordou que os órgãos de comunicação social desempenham um papel decisivo na sustentação do sistema democrático e na formação da opinião pública em períodos eleitorais, assumindo, por isso, particulares responsabilidades informativas em matérias eleitorais.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

Em 2022, a ERC prosseguiu a sua ação como membro permanente do [GILM](#) - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 10.ª edição da iniciativa “7 dias com os *Media*”, sob o lema “Eu, as Redes Sociais e os *Media*: que relação é esta?”.

Nesse âmbito, a ERC promoveu, no dia 5 de maio, no Centro de Juventude de Braga, um exercício de análise, reflexão e debate em torno dos eixos: Desinformação - Regulação - Literacia dos *Media*. Este *workshop* decorreu no quadro do Festival Política e partiu da análise de exemplos de conteúdos visados em queixas recebidas pela ERC como sendo potenciais casos de desinformação, nomeadamente sobre temas da atualidade, como a pandemia de Covid-19 ou a guerra Rússia - Ucrânia. Com a condução deste encontro, a ERC procurou ajudar a compreender e a esclarecer os desafios que o combate à desinformação pode colocar a quem tem a missão de regular a atividade da comunicação social, bem como abraçar uma oportunidade para celebrar o potencial da capacitação do cidadão para lidar de forma crítica e informada com este (e outros) desafio(s) que os *media* colocam.

Em matéria de literacia mediática, assinala-se, em 2022, também o facto de uma equipa do Departamento de Análise de *Media* da ERC ter integrado, entre os dias 20 e 24 de junho, uma ação de formação do projeto de literacia dos *media* e da informação “[TeamUp! Media for adult education](#)”, que se destina a apoiar a educação não formal de adultos (18-65 anos), sobretudo em ambiente digital. A participação da ERC decorreu a convite da organização não governamental [4Change](#), que desenvolve em Portugal este projeto apoiado pela União Europeia, ao abrigo do programa Erasmus +.

A ação de formação decorreu em Atenas e teve como objetivos a preparação dos currículos das formações dirigidas a formadores, professores e bibliotecários e público em geral, assim como a validação de uma caixa de recursos para a aquisição de competências de literacia mediática e digital. Além da equipa nacional, o encontro envolveu técnicos de organizações de França (*ERIM Equal Rights & Independent Media – Assisting nations and peoples in their development*), de Itália (*FORMA.Azione - Il sapere per tutti*) e da Grécia (*Karpos - Κέντρο εκπαίδευσης οπτικοακουστικών μέσων - Καρπός*).

No contexto da área da literacia mediática e da informação, recorde-se que a ERC já colaborara, em 2019, com a 4Change, durante o desenvolvimento do *Migrated*. Refira-se que este projeto, igualmente financiado pelo programa Erasmus +, teve como objetivo a educação global para a cidadania, centrando-se nas migrações e nos direitos humanos e na sua valorização através da capacitação de professores, educadores e jovens para a utilização de ferramentas digitais e multimédia.

Em 2022, merece também destaque a [avaliação](#) que a ERC fez, com recurso à ferramenta interativa online [EduMedia-Test](#), do nível de Literacia Mediática de 2636 jovens portugueses, entre os 14 e os 18 anos, tendo concluído que se encontra num patamar semelhante ao verificado em jovens oriundos da Catalunha, França, Irlanda, Eslováquia, Croácia e Grécia. Os resultados apurados revelam também que Portugal superou a pontuação média dos países europeus considerados nesta análise, em quatro das seis dimensões em apreciação: Estética/Tecnologia/Produção e Difusão/Linguagem.

Refira-se que a ferramenta EduMediaTest, que constitui um recurso, ainda em fase piloto, de avaliação de competências e formação em educação para os *media* cofinanciado pela Comissão Europeia, no âmbito do programa *Media Literacy for All*, foi também aplicada pelas entidades AEM - *Agency for Electronic Media*, CAC - *Consell de l'Audiovisual de Catalunya*, CSA - *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, EKOME - *National Centre of Audiovisual Media & Communication*, RVR - *Rada pre vysielanie a retransmisii* e Webwise - *Irish Internet Safety Awareness Centre* nos respetivos países.

O projeto foi liderado pelo regulador catalão dos *media*, em colaboração com uma equipa científica da *Universitat Pompeu-Fabra*, de Barcelona, na conceção teórica e metodológica da ferramenta e sua implementação. Os resultados dos 8699 jovens testados no conjunto dos países confirmam a necessidade de investimento na formação ao nível de diferentes competências de literacia mediática.

O desempenho dos alunos portugueses na fase piloto do projeto mostrou-se alinhado com os colegas europeus ao nível da dimensão de avaliação com melhores resultados, mas também naquela que denota maiores fragilidades ao nível das competências testadas. Assente em seis dimensões de avaliação decorrentes da teoria de Joan Ferrés que inspirou o modelo teórico do EduMediaTest – Tecnologia, Receção, Produção e Difusão, Linguagem, Ideologia e Estética, o questionário que dá corpo à ferramenta permitiu concluir que a dimensão em que os alunos portugueses, assim como os colegas europeus, são mais competentes é Tecnologia, seguindo-se a dimensão Estética. No polo oposto, as questões em que revelaram maiores dificuldades foram as que integram a dimensão Linguagem, resultado que se alinha também com os resultados obtidos pelos colegas dos restantes países.

O ano 2022, fica também marcado pelo anúncio feito pela ERC de que se associou ao projeto internacional “[Desafio de Educação para os Media](#)”, promovido pelo programa educativo [mSchools](#), que pretende identificar, nas zonas geográficas da Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal, as seis melhores experiências de educação para os *media*, implementadas desde janeiro de 2019, e dirigidas a alunos dos 6 aos 18 anos. O propósito será depois replicá-las em estabelecimentos de ensino de contextos territoriais distintos.

Na tarefa de identificação das melhores experiências de educação para os *media*, em Portugal, a ERC anunciou a colaboração de dois parceiros de longa data, com vasta experiência na área da educação: a Direção-Geral de Educação e a Rede de Bibliotecas Escolares. O envolvimento da ERC neste projeto ocorre no âmbito do grupo de literacia mediática da Plataforma de Reguladores do Audiovisual de Iberoamerica e enquadra-se na missão da Entidade de contribuir para a promoção de iniciativas que permitam o desenvolvimento da educação para os *media* e de melhores níveis de literacia mediática

ERC lança quinto livro da Coleção “Regulação dos Media”

A ERC [apresentou](#), no dia 31 de março, no Auditório da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa, em Lisboa, o livro “Discurso de ódio, jornalismo e participação das audiências”, que integra o projeto editorial Coleção “Regulação dos Media”, que se propõe publicar diferentes edições sobre problemáticas contemporâneas do universo dos *media* que são simultaneamente questões fulcrais da regulação setorial e que têm por base estudos promovidos pela ERC e conduzidos por equipas de investigadores internas e externas.

A obra publicada em 2022 pretende contribuir para a pesquisa e a reflexão em torno do discurso de ódio *online*, bem como propor possíveis mecanismos de resposta enquadrados nas funções basilares do jornalismo em democracia e convocando as organizações jornalísticas para a sua prevenção, tendo em conta a sua responsabilidade moral e social na promoção da diversidade, igualdade e não discriminação. A obra inclui um estudo de caso sobre a presença de incivildade e de discurso de ódio nas caixas de comentários *online* de vários jornais durante as campanhas para as Legislativas de 2015 e de 2019 e, ainda, sugestões de boas práticas para as organizações jornalísticas tendo em vista o combate ao discurso de ódio.

ERC emite Diretiva relativa à cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 24 de agosto de 2022, a [Diretiva 1/2022](#) na qual dirige um conjunto de orientações e recomendações aos órgãos de comunicação social, em especial aos serviços de programas televisivos, relativas à cobertura informativa de guerras e conflitos armados, exortando-os ao seu acolhimento.

A aprovação desta Diretiva surge no seguimento do procedimento de consulta pública aberto, a 25 de maio, para o seu [“Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa Televisiva de Guerras e Conflitos Armados”](#).

ERC participa no Exercício Nacional de Cibersegurança 2022

A ERC participou, nos dias 8 e 9 de junho, no Exercício Nacional de Cibersegurança 2022 que simulou vulnerabilidades e respostas a ataques informáticos, nos setores da Saúde, Infraestruturas Energéticas e Telecomunicações. No exercício, a ação do regulador da comunicação social concentrou-se na monitorização da cobertura informativa dos ataques informáticos a hospitais, centros de saúde e laboratórios de análises clínicas e no alerta aos órgãos de comunicação social para a necessidade de observarem escrupulosamente os deveres especiais de proteção da privacidade e intimidade dos cidadãos e reforçarem os procedimentos de verificação de factos, evitando criar ou propagar situações de alarme social e campanhas de desinformação.

ERC convida autarquias e associações a responderem a inquérito sobre as rádios locais em Portugal

Entre setembro e outubro de 2022, a ERC lançou um inquérito por questionário de preenchimento *online*, dirigido às autarquias e organizações do setor público e privado com maior proximidade às populações, com o propósito de conhecer a opinião e as necessidades sentidas por estas instituições, no que diz respeito às rádios que difundem no seu território. Os contributos recebidos pela ERC serão condensados num novo volume do estudo editado pela ERC sobre “A Rádio em Portugal” e virão complementar os dados já obtidos pela ERC no questionário que dirigiu à população de ouvintes e não ouvintes de rádio local, permitindo ajudar a caracterizar a realidade atual da relação das rádios com a comunidade em que se inserem, pela perspetiva dos atores locais. E simultaneamente aferir como, face ao quadro normativo atual, a rádio local está a contribuir para os princípios da independência, da diversidade, do pluralismo e da oferta no panorama radiofónico nacional, caracterizando-se a relevância que as rádios locais assumem, nos dias de hoje, nas respetivas comunidades geográficas e como por essa via servem os princípios da universalidade e da coesão territorial.

ERC altera Plano Plurianual que define obrigações que emissões televisivas têm de cumprir entre 1 de janeiro de 2022 e 31 de dezembro de 2025 para permitirem o acompanhamento por pessoas com necessidades especiais

O Conselho Regulador da ERC aprovou, no dia 24 de agosto de 2022, a [Deliberação ERC/2022/261 \(OUT-TV\)](#) que procede à alteração ao Plano Plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais.

Em concreto, é alterada a obrigação de implementação de uma janela reservada ao intérprete de língua gestual portuguesa, constante dos pontos 1.3, 2.3, 4.2, 5.2, 8.3, 8.7, 11.2 e 12.2 do Plano Plurianual, no sentido de que a janela em apreço não poderá ter uma dimensão inferior a 1/15 do ecrã em todos os casos ali referidos, mantendo-se inalterada a recomendação de uma dimensão de 1/6 do ecrã. Paralelamente, a obrigação constante do ponto n.º 26 das Regras Específicas do Plano Plurianual passa a ter a seguinte redação: «Sempre que se revele exequível, em função dos planos técnico, operacional, económico e editorial, e exista legendagem dos excertos falados em idiomas estrangeiros, nas peças inseridas nos serviços noticiosos, estes deverão ser acompanhados de locução em língua portuguesa.» E a obrigação constante do segundo

parágrafo do ponto n.º 27.2 das Regras Complementares do Plano Plurianual passa a ter a seguinte redação: «A dimensão da janela do intérprete de língua gestual, conforme fixado, não poderá ter uma dimensão inferior a 1/15».

Estas modificações enquadram-se no processo de revisão que está previsto ocorrer, sempre que necessário, durante o período de validade do Plano, a fim de assegurar a relação de equilíbrio na proteção dos interesses em causa.

ERC relembra boas práticas na cobertura jornalística da violência doméstica

O Plano de Ação da ERC para a Promoção da Igualdade entre Mulheres e Homens e Luta contra os Estereótipos de Género tem procurado contribuir para a discussão pública em torno das representações sociais e mediáticas da violência na intimidade e incentivar o compromisso dos meios de comunicação social na prevenção e erradicação da violência doméstica. No 25 de novembro, data em que se assinala o Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra a Mulher, a ERC participou do II Fórum Portugal contra a Violência: combate à violência contra as mulheres e a violência de género, integrada no segmento “O papel dos órgãos de comunicação social na prevenção e combate à violência doméstica”.

A partir do estudo “[Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre](#)” e das recomendações na [Diretiva 2019/1 - sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica](#), a ERC defendeu a promoção de ações no terreno para aplicar nas redações as Boas Práticas preconizadas, envolvendo grupos de jornalistas e organizações do setor, como fazem outras entidades internacionais.

Pronúncia da ERC a respeito do futuro Regulamento da transparência e direcionamento da publicidade política

A ERC transmitiu ao Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA) que entendia existirem algumas fragilidades no texto do Parlamento e Conselho Europeu sobre a futura [regulamentação](#) do modo como a inserção de publicidade política em órgãos de comunicação social se poderá tornar mais transparente. O contexto implica a necessidade de serem conhecidos os mecanismos de direcionamento da propaganda a partir da segmentação do público como alvo definido através de características como idade, localização, ocupação, entre outras.

A definição de “propaganda política” é considerada pela ERC «demasiado ampla», o que «pode minar alguns valores fundamentais como a liberdade de expressão». A ERC defendeu, por isso, o esclarecimento do alcance do conceito de responsáveis pela criação e divulgação, por qualquer meio «de uma mensagem suscetível de influenciar o resultado de uma eleição [...]», a partir da alínea b) do número 2 do artigo 2.º.

Adicionalmente, a ERC vê como importante esclarecer se «a existência de um pagamento faz parte da definição de propaganda política».

Outra distinção importante seria entre os conceitos de “fornecedor” e “editor” de propaganda política, se o primeiro engloba o segundo ou não. Esta resposta tem «especial relevância» pela diferença das obrigações impostas nos artigos 5.º a 11.º aos diferentes prestadores.

O artigo 11.º do [Regulamento](#) proposto pelo Parlamento e Conselho Europeu reúne a maioria das questões suscitadas pela ERC. No número 3, que refere o prazo de um mês para o prestador de serviços de propaganda política dar informações por «pedido de uma entidade interessada», o regulador português acredita ser oportuno um prazo mais breve «principalmente quando a solicitação ocorre em período eleitoral».

Nos números 5 e 7, a ERC mostrou reservas acerca das condições em que o fornecedor ou editor de publicidade política poderá recusar-se a transmitir informações, e sobre a falta de um mecanismo de recurso, o que poderá tornar inútil aquela obrigação.

Finalmente, na articulação entre os números 1 e 6, pelo facto de o primeiro estipular que a prestação de informações tem de ser gratuita e o segundo determinar uma «taxa razoável», o que também poderá «dificultar o acesso à informação».

Comentários produzidos pela ERC sobre o futuro Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social

No texto de resposta à [consulta pública aberta pela Comissão Europeia](#) sobre o futuro Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social (RELMCS), o regulador português valorizou «o núcleo dos princípios partilhados [...] a salvaguarda da liberdade dos *media* e do pluralismo, a proteção dos jornalistas, a independência do ERGA e dos reguladores nacionais de *media*».

A ERC disse acreditar que o que estava a ser preparado na área legislativa da União Europeia sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social configurava uma oportunidade estratégica para fortalecer o papel e a estrutura do Grupo dos Reguladores Europeus do Audiovisual (ERGA). Por outro lado, defendeu que era crucial acompanhar estas negociações de forma equilibrada e cautelosa, com os olhos postos no futuro, para que os cidadãos e o setor da comunicação social continuem a ver o ERGA e os reguladores nacionais como entidades independentes e razoáveis.

No comentário à “Introdução”, o regulador dos *media* português propôs a valorização da «independência dos jornalistas como valor central a perseguir em todos os tempos e casos». E propôs acrescentar que «as ações de literacia mediática e para a informação para todos os cidadãos (crianças e adultos) devem ser reforçadas em toda a UE e previstas no RELMCS como uma estratégia indispensável e, alinhadas com valores europeus partilhados, para combate à desinformação» e «para responder a [...] preocupações» associadas às práticas de «canais/*media* não europeus».

Acerca das “Observações preliminares”, a ERC congratulou-se com a referência ao princípio da subsidiariedade e à salvaguarda dos regimes nacionais com bom desempenho e propõe acrescentar a referência ao princípio da proporcionalidade. Para os casos em que a União Europeia possa intervir para assegurar o princípio da liberdade dos *media* em risco num Estado-Membro.

Em resposta ao ponto acerca da “Defesa de um Mercado Interno de *Media* na União Europeia, Independência dos *Media* e Pluralismo”, a ERC considerou prematuro prever a emissão de pareceres sobre casos específicos, dada a atual falta de substância do Regulamento e a nova configuração institucional do ERGA ainda em aberto. «A previsão de tal competência poderia colidir com [as] dos reguladores nacionais», pelo que o regulador português a admite apenas se fosse um «parecer não vinculativo».

A mesma recusa, pelas mesmas razões, merece essa figura na área da “Transparência e Independência dos Mercados de *Media*”, em particular a sua propriedade. A ERC sugeriu eliminar a referência a «regras estruturais» no parágrafo sobre “Procedimentos de escrutínio do mercado dos *media* e restrições à entrada e atividade” e substituir a referência ao «direito da UE» por «Regulamento da UE».

Na dimensão das “condições para mercados de *media* saudáveis, para uma cobertura equilibrada e imparcial e convergência e cooperação regulatória”, a ERC sublinhou como o enquadramento europeu; «a nossa independência e o nosso olhar diferenciado para os meios de comunicação social [...] devem permitir-nos manter o foco na salvaguarda da liberdade [...], conforme prescrito nas nossas constituições nacionais e estabelecido no artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia». Neste sentido, a ERC propôs alterar o parágrafo acerca das atuações sobre «canais/*media* não europeus», em que o ERGA defendeu que o RELMCS «preveja um intercâmbio de informação mais sistemático e explore a possibilidade de introduzir um mecanismo de reconhecimento mútuo das decisões, [...] de ajuda mútua para o acompanhamento», e introduzir a frase já citada sobre literacia mediática e informacional «para resolver estas preocupações».

Na “Conclusão”, a ERC discordou da referência a um instrumento legislativo nessa fase e sugeriu a substituição da palavra «deveria» por «poderia» [propor um instrumento legislativo], pois tal decisão «depende da avaliação de impacto ainda incerta e, por outro lado, tal redação pode ser vista como institucionalmente inadequada, uma vez que essa decisão cabe à Comissão».

ERC questiona comunicado do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais sobre sanções aos *media* estatais russos

No dia 8 de março, a ERC participou, por videoconferência, na reunião extraordinária do Subgrupo 3 do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA) onde assumiu que se solidariza com as populações atualmente em conflito e reconhece o trabalho desenvolvido pelos jornalistas e pelos meios de comunicação no terreno. A ERC recordou que é uma entidade autónoma e independente do Governo português e, por maioria de razão, assume absoluta neutralidade em relação às políticas seguidas pela Comissão Europeia ou pelo Conselho da União Europeia.

A ERC declarou ainda que apesar de ser membro de pleno direito do ERGA, não recebeu nenhuma notificação prévia ou posterior relativa ao comunicado de imprensa deste Grupo, de 2 de março, intitulado: [“O ERGA está unido e pronto para contribuir para a eficácia das novas sanções económicas da UE contra os *media* controlados pelo Estado russo”](#), tendo só tomado conhecimento desta mensagem quando já estava publicada no *site* do ERGA.

Considerando que esta declaração é apresentada como uma posição unânime dos membros do ERGA (*“ERGA stands United”*), a ERC manifestou aos presentes na reunião que esta expressão não era rigorosa dado que esta Entidade não foi consultada.

A ERC sublinhou ainda que «em tempos difíceis, a nossa missão é ainda mais desafiante. A nossa independência e o nosso olhar especializado sobre os meios de comunicação social devem permitir-nos manter o foco na salvaguarda da liberdade dos meios de comunicação social, conforme prescrito na nossa Constituição e conforme estabelecido no artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia (liberdade de expressão e informação). O entendimento da ERC é que quaisquer medidas que possam interferir nesses princípios fundamentais devem ser cautelosamente apreciadas».

A ERC concluiu a sua intervenção expressando que relativamente ao Regulamento do Conselho da União Europeia está preocupada, entre outras questões, com o facto de não estar prevista uma data específica para a revisão do conjunto de medidas restritivas.

A ERC considera necessário avaliar estas situações com mais tempo, aplicando critérios científicos para analisar os conteúdos divulgados por estes canais, de forma a não comprometer a liberdade de imprensa enquanto valor fundamental e diferenciador das democracias europeias.

ERC produz novos Estudos e Relatórios sobre a realidade mediática portuguesa

A ERC tem sido, ao longo dos anos, bastante ativa na produção de estudos e relatórios conduzidos pelos seus serviços e que permitem um conhecimento atual e aprofundado sobre a realidade mediática portuguesa.

Em baixo, indicam-se os títulos dos trabalhos produzidos em 2022, as temáticas e os principais dados obtidos:

a) [Estudo “A Rádio em Portugal. Uma década de intervenção regulatória”](#)

Este estudo revela as principais alterações verificadas na paisagem radiofónica, entre 2011 e 2021, e perante a evolução tecnológica, o surgimento de novos formatos, géneros e linguagens comunicacionais e o crescimento exponencial de plataformas que operam à escala global.

O estudo tem como ponto de partida a entrada em vigor da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, e considera como fontes principais de informação as bases de dados da ERC sobre os regulados, o histórico da atividade deliberativa e do acompanhamento do setor da rádio, e os resultados de um inquérito distribuído aos operadores de radiodifusão em 2020/2021.

Este trabalho conta com contributos de várias unidades orgânicas da ERC e reúne, em oito capítulos, elementos sobre a atividade deliberativa da ERC com incidência no setor, mapeia o número de licenças disponíveis *versus* o número de rádios locais efetivamente em atividade, caracteriza a tipologia das rádios locais existentes, analisa as estratégias e conteúdos programáticos, identifica a propriedade das rádios locais e sua relação com os limites à concentração,

descreve a sustentabilidade financeira e os recursos tecnológicos e a visão dos agentes do setor, quanto a perspectivas de evolução e do papel da regulação.

Na análise da ERC, a intervenção regulatória ao longo de uma década espelha o dinamismo do setor, em especial nos primeiros anos de vigência do atual regime jurídico, com incidência sobretudo em alterações de domínio, cessões, modificações de projeto e transmissão em cadeia. Refira-se que, entre 2011 e 2020, o Conselho Regulador aprovou 483 deliberações sobre rádio, das quais 96 dizem respeito a pedidos de alteração de domínio, 87 a modificações de projeto, 36 a cessões de serviços de programas, 28 a pedidos de associações e 26 a projetos de parcerias.

Nesta reconfiguração a ERC entende ser patente um padrão de desenvolvimento a duas velocidades, comparando as grandes rádios com as pequenas rádios hertzianas tradicionais, e uma distribuição assimétrica da disponibilidade deste meio nas várias regiões do país, comparando os maiores centros populacionais com zonas mais interiorizadas, despovoadas e envelhecidas.

O atual mapa das rádios, em Portugal, que este estudo traça em detalhe, revela precisamente essas assimetrias. Os três principais distritos – Lisboa, Porto e Aveiro – concentram 25 % dos serviços de programas locais, enquanto 23 % dos concelhos do país não dispõem de qualquer rádio licenciada.

Na procura de soluções, a ERC considera pertinente proceder-se a uma avaliação prospetiva e estratégica da reorganização da paisagem radiofónica nacional, considerando, por exemplo, as possibilidades já abertas pelo regime jurídico em vigor de implementação de serviços de programa regionais, abrangendo um conjunto de dois ou mais municípios contíguos (e áreas limítrofes) ou, nas regiões autónomas, uma ilha com mais do que um município.

Na ótica do regulador, no futuro, será também fundamental valorizarem-se as estruturas de menor dimensão, na medida em que cumprem um serviço público tangível e insubstituível, através de mecanismos que assegurem as condições para o exercício da sua atividade, como apoios públicos adequados, garantindo ao mesmo tempo uma maior transparência do setor.

b) Relatório “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2021”

Este documento analisa o cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), referentes à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente pelos operadores de televisão emissores para o âmbito nacional. Refira-se que o enquadramento jurídico teve alterações na “Produção Europeia” e “Produção Independente” introduzidas pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, em vigor desde 17 de fevereiro de 2021, para transposição da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva dos SCSA) revista pelo Parlamento Europeu e o Conselho, em 2018, e manteve-se no caso das obrigações de difusão de obras para “Defesa da Língua Portuguesa”. As principais alterações abrangem os serviços audiovisuais a pedido, não lineares, a partir da obrigatoriedade do seu registo.

Os dados sobre 2021 descrevem uma tendência de preenchimento das quotas de exibição de programas originariamente em língua portuguesa semelhante à registada em 2020. A RTP2 não garantiu, pelo quinto ano consecutivo, as quotas de difusão de programas originariamente em língua portuguesa, nem de obras criativas com a mesma origem.

A ERC verifica que as maiores quebras na emissão de obras em língua portuguesa, originárias ou criativas, foram nos serviços de programas de temática infantil-juvenil, à exceção do Canal Panda. Na SPORT TV, o regulador confirmou a redução observada em 2020, que associa a alterações da programação pela aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Já os serviços vocacionados para a oferta de filmes e séries mantêm grelhas centradas na origem norte-americana, aquém das percentagens definidas para a difusão de obras em língua portuguesa, resultante de os seus projetos terem sido autorizados com esse predomínio.

Entre os serviços generalistas de acesso não condicionado livre há tendências de sentido contrário: o crescimento global no universo SIC, exceto SIC K (infantil-juvenil) e SIC Notícias (informação) e a quebra ou estabilidade da TVI, esta suportada pela TVI24/CNN Portugal (informação) e TVI Ficção (ficção nacional). Entre os generalistas de acesso não condicionado

com assinatura, o Porto Canal aumentou a difusão de obras originariamente em língua portuguesa e reduziu, em mais de 25 pontos percentuais, a de obras criativas. A CMTV aumentou dois e quatro pontos percentuais, respetivamente. Ainda na difusão de obras criativas, a ERC regista descidas na generalidade dos serviços do operador RTP, à exceção da RTP2. Nos temáticos de desporto e informação, pela sua natureza editorial, a presença destas obras é residual ou inexistente.

No que respeita à emissão de obras de produção europeia, dos 46 serviços de programas avaliados, 35 incorporam uma percentagem maioritária. Entre outros, a SIC Mulher e o Panda Biggs, este último até próximo da quota de 50 % da programação, não atingem esta percentagem, pela natureza de serviço temático, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP, e o seu público-alvo. O regulador aponta, porém, que esta condição não os isenta do cumprimento dessas obrigações.

O estipulado para a difusão de produções independentes recentes, quota de 10 %, não é alcançado por 21 serviços de programas: os temáticos de cinema e séries, a RTP Memória, SIC Mulher, SIC K, TVI24 e TVI Ficção, cujos projetos assentam maioritariamente em produção própria, e o Canal Panda, o Casa e Cozinha, as SPORT TV1 e TV4 e, sem qualquer integração de produção independente recente, o Sport TV+.

A ERC identifica também a ausência de produções europeias independentes nas grelhas da SPORT TV+, Localvisão TV, Sporting TV e Kuriakos TV, por serem canais de produção própria.

A quota de 5 % que deve ser preenchida por obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, foi amplamente ultrapassada pelos serviços de programas generalistas. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, que representa percentualmente mais de metade da produção independente recente, 63,8 %. A RTP2, embora superando os 5 %, é o serviço com menor percentagem (7,2 %) destas obras produzidas há menos de cinco anos.

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, a ERC conclui que a incorporação de produção europeia e independente recente nos serviços de programas lineares tem-se mantido estável, sendo gradativa. Apesar disso, o regulador identifica um declínio na oferta de obras com menos de cinco anos.

Já a disponibilidade de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido passou a ser uma realidade em 2021, em todos os serviços de programas, e em mais de 30 %. Uma posição proeminente nos catálogos, legalmente estipulada pelo número 2 do artigo 45.º da Lei da Televisão, é garantida através de menus e outros destaques para os clientes.

O cumprimento da difusão de obras audiovisuais, nas dimensões ‘Produção Europeia’ e ‘Produção Independente’, é considerado coerente com as obrigações dos operadores de informação, educação, cultura e diversão, de acordo com os artigos 16.º e 17.º da Diretiva.

A presença de obras de produção europeia nos serviços audiovisuais a pedido por subscrição, obrigação que lhes determinou uma quota mínima de 30 %, com garantia de uma posição proeminente, e 15 % das obras criativas de produção independente, originariamente em língua portuguesa e recente resulta numa integração destas obras entre 30,9 %, na NOWO, e 48,9 %, na Vodafone.

Na última parte do Relatório, a ERC caracteriza o Mercado Audiovisual Português e conclui que as estratégias dos serviços de televisão lineares, em 2021, são ainda permeáveis aos impactos do contexto da pandemia de COVID-19.

c) [Relatório “Cobertura Jornalística das Eleições em Legislativas 2022”](#)

Este documento descreve o modo como os noticiários televisivos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV cobriram jornalisticamente as eleições legislativas de 2022, no período da campanha eleitoral (16 a 28 de janeiro de 2022) e, em paralelo, o tipo de presença que as diferentes candidaturas tiveram nos programas de entrevista e debate da RTP3, SIC Notícias e TVI24/CNN Portugal, durante as fases de pré-campanha e de campanha eleitoral.

O objetivo da análise foi aferir o acesso das candidaturas aos noticiários televisivos pela avaliação da presença dos seus representantes, e eventuais desequilíbrios de pluralismo político-partidário, de acordo com a Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, no período da sua vigência (artigo 3.º). De notar que, nos debates, os operadores devem garantir a participação dos

partidos já com «representatividade política e social [...] aferida [...] pelas] últimas eleições, relativas ao órgão a que se candidata» garantindo, contudo, a «possibilidade de os órgãos de comunicação social incluírem outras candidaturas no exercício da sua liberdade editorial» (artigos 4.º, 5.º, 6.º e 7.º).

Além do registo das presenças, a ERC considerou também o enfoque temático e o destaque através dos quais estes órgãos de comunicação social cobriram a campanha. Em dezembro de 2021 e janeiro de 2022, o contexto é ainda o da pandemia por COVID-19 e os candidatos debatem o modelo de organização das mesas de voto, o futuro da transportadora aérea nacional TAP e as políticas do anterior Governo PS.

Enumeram-se os principais dados, por operador, resultantes da análise da ERC a 1076 peças transmitidas nos blocos noticiosos.

Na RTP1:

- São registadas 233 peças com a presença de candidaturas às eleições legislativas e que representam 39,7% do tempo total dos noticiários analisados.
- Estas são quase na sua totalidade peças de géneros informativos e editadas (89,3 %), havendo uma parcela minoritária de entrevistas (6,8 %) e de comentários (3,0 %).
- Os diretos (29,1 %) concentram-se na cobertura das ações de campanha e reações aos resultados das sondagens. O deslocamento de meios técnicos é mais frequente para cobrir as ações dos partidos com assento parlamentar.
- Justamente estes representam 92 % dos blocos noticiosos do primeiro serviço de programas do Serviço Público de Televisão e são as únicas candidaturas criticadas e sem hipótese de contraporem a sua posição na mesma peça, portanto sem voz. Este atributo ocorre num número maior de peças sobre as candidaturas do Partido Socialista (PS), Partido Social Democrata (PPD/PSD) e Chega, e surge progressivamente menos nas sobre o Iniciativa Liberal (IL), a Coligação Democrática Unitária (CDU), o Bloco de Esquerda (BE) e o Partido Pessoas, Animais, Natureza (PAN).
- Apesar desta característica, a generalidade dos candidatos, nomeadamente os sem representação parlamentar, quando presentes nas peças, tendem a ser representados com voz, tanto em discurso direto como indireto, e sempre sem críticas.
- Os secretários-gerais dos partidos com e sem assento parlamentar são os representantes das candidaturas mais presentes e não os cabeças de lista por algum dos círculos eleitorais, exceto no caso do PCTP/MRPP. Em relação à CDU, os substitutos do secretário-geral do PCP, Jerónimo de Sousa, assumem o protagonismo na sua ausência enquanto esteve doente.
- O tema mais abordado é o do “desempenho dos partidos/candidaturas”/capacidades dos candidatos para responder às questões do país e nos debates, através de críticas intra e interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral. Um segundo tópico frequente são os possíveis acordos e “cenários pós-eleitorais”, a apresentação dos manifestos eleitorais das candidaturas e a agenda diária dos partidos.
- Em destaque, em terceiro lugar, as “sondagens”, em 9,1 % das peças analisadas.
- Por fim, das 22 políticas públicas setoriais categorizadas pela ERC, apenas três surgem nos dez temas mais frequentes: as de “saúde”, “sociais” e “laboral”.

Na RTP2:

- São registadas 79 peças com a presença de candidaturas às legislativas, que representam 48 % da duração total dos noticiários analisados.
- Estas são maioritariamente peças editadas (86,3 %), seguindo-se as entrevistas e raros comentários ou peças de sátira. Estão ausentes peças sob o género da “análise”.
- Do total das peças de cobertura da campanha eleitoral, só 5 % é emitida em direto.
- Os partidos com deputados eleitos em 2019 são os únicos presentes nas peças transmitidas no noticiário do segundo serviço da RTP, e quase metade sobre ações do PS e do PSD.

- Na quase totalidade das peças, as candidaturas são alvo de críticas sem oportunidade de contraditório (destaque para o PS, PSD e o BE, seguido do Chega, da CDU e do IL), à exceção do Livre. O PS também é mais referido em peças em que não tem voz, seguido pelo PSD, com mais peças em que “fala” ou é “de quem se fala”.
- Os secretários-gerais dos partidos com assento parlamentar são os representantes das candidaturas mais presentes e não os cabeças de lista por algum círculo eleitoral. Na candidatura da CDU, assumem o protagonismo os substitutos do secretário-geral do PCP, Jerónimo de Sousa. As candidaturas do PPD/PSD e do CDS-PP estão presentes através de outros dois representantes. O Livre, pelo seu fundador e cabeça de lista por Lisboa, equiparado na análise a líder do partido.
- O tema mais abordado é o “desempenho dos partidos/candidaturas”/capacidades dos candidatos para responder às questões do país e nos debates, através de críticas intra e interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral e, num segundo patamar de número de peças, possíveis acordos de governação e “cenários pós-eleitorais”.
- Na segunda metade dos temas frequentados, as “sondagens” representam 4,2 %.
- Das 22 áreas de políticas públicas setoriais analisadas pela ERC, apenas quatro surgem entre os dez temas mais frequentes: de “saúde”, “ambiente”, “orçamental” e “sociais”.

Na SIC:

- São registadas 337 peças com a presença de candidaturas às legislativas, que representam 43 % do tempo total dos noticiários analisados.
- São quase na totalidade peças editadas (85,8 % notícias, reportagens e *vox-pop*), 8,3 % de análise e 3,3 % de comentários. As entrevistas perfazem 1,8 % dos blocos.
- Um terço das peças são diretos de campanha, mas há deslocação de meios apenas para acontecimentos das candidaturas com assento parlamentar.
- Os partidos mais presentes são aqueles com assento na Assembleia da República desde 2019 e, residuais, os extraparlamentares (1 %), quase sempre como protagonistas/alvo. Os partidos já no Parlamento são alvo de críticas sem oportunidade de contraditório, exceto o Livre. Ao PS são-lhe dirigidas acusações em quase metade das peças e ao PSD e Chega, num terço. O BE e CDU são mais referidos em peças em que não têm voz.
- Os secretários-gerais dos partidos são destacados em detrimento dos cabeças de lista. A CDU é protagonizada pelo substituto do secretário-geral do PCP e, o Livre, pelo seu fundador e cabeça de lista por Lisboa.
- Entre os temas mais presentes, o bloco de horário nobre da SIC destaca a capacidade de resposta às questões políticas do país, o “desempenho dos partidos/candidaturas” e do “partido do Governo”, através de críticas intra-partidárias, interpartidárias e de atores externos às eleições. Os “cenários pós-eleitorais” e “acordos de governação” surgem numa em cada dez peças. Das 22 áreas de governação categorizadas para a análise estão presentes na SIC em somente quatro dos dez temas mais frequentes.

Na TVI:

- São registadas 285 peças com presença de candidaturas às eleições legislativas, e que representam 32 % da duração total dos noticiários analisados.
- Estas são maioritariamente peças informativas editadas (87,4 %), sendo os géneros seguintes perfil (5,6 %), entrevistas (3,5 %) e análises (1,8 %).
- Os 29,1 % de peças em direto são para cobertura de ações de campanha, com predomínio dos partidos já representados na Assembleia da República desde 2019.
- Há uma concentração (98,4 % das peças) nas nove candidaturas eleitas para a Assembleia da República, e é residual a presença das 11 candidaturas de partidos sem assento parlamentar (1 %). Só os partidos no Parlamento são alvo de crítica sem contraditório na mesma peça. O PS é alvo em quase metade das peças e o PSD e Chega em pouco mais de um quarto das peças, sem terem voz. Nas peças sobre partidos extraparlamentares, nenhum é alvo sem contraditório.
- Os secretários-gerais dos partidos parlamentares são mais representados nesta condição do que enquanto cabeças de lista. A CDU é protagonizada pelos substitutos do secretário-geral do PCP, enquanto o Livre e o PCTP/MRPP, este numa única peça, pelos seus cabeças de lista por Lisboa.

- Os temas mais presentes são o “desempenho dos partidos/candidaturas” em debates e encontros partidários, através das críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral; seguidos pelos resultados das sondagens deste serviço de programas, a capacidade dos candidatos para responderem às questões políticas do país e as possíveis configurações de “cenários pós-eleitorais” e acordos de governação.
- Das 22 categorias sobre políticas governativas surgem quatro dos dez temas presentes.

Na CMTV:

- São registadas 142 peças com presença das candidaturas às legislativas que representam 33 % da duração total dos noticiários analisados.
- As peças concentram-se nos géneros informativos e são editadas: notícias, reportagens e *vox-pop* (89,4 %), entrevistas (7 %) aos líderes dos partidos parlamentares, durante a pré-campanha (oito), e campanha (um), e o opinativo comentário representa 3,5 %.
- A cobertura da campanha foi feita em direto em 26,1 % das peças, sobre comícios e arruadas, e restritos às candidaturas com assento parlamentar.
- De entre estes, os mais frequentes são o PS, PSD e Chega, na dupla condição de protagonistas e alvos, e com o maior número de peças em que não têm voz. A CDU, o BE, IL e PAN são destinatários/alvos sem oportunidade de contraditório na peça. O Livre é o único partido que nunca é alvo de críticas sem oportunidade de resposta. O IL, CDS-PP, PAN e Livre são os restantes parlamentares maioritariamente representados com voz, ou seja, a sua mensagem é veiculada, seja em discurso direto ou indireto.
- Os cabeças de lista são os mais representados e, em segundo lugar, os secretários-gerais dos partidos parlamentares, no caso do secretário-geral do PCP, os membros do partido que o substituíram na ausência de Jerónimo de Sousa.
- O tema mais abordado da campanha eleitoral pelo CM Jornal 20H é o “desempenho dos partidos/candidaturas”, através de críticas intrapartidárias, interpartidárias e de atores externos ao processo eleitoral, seguido, em terceiro lugar, pela atuação do Governo e “cenários pós-eleitorais”. As políticas de governação são representadas em cinco das dez categorias de temas presentes.

Apresentam-se de seguida os principais dados, por operador, resultantes da análise de nove entrevistas e 56 debates:

- No conjunto dos serviços de programas analisados, são registados 56 debates entre os líderes partidários no Parlamento desde 2019; 53 do género “frente a frente” e três entre todos os candidatos (dois com os que têm assento parlamentar e um com as forças políticas fora da Assembleia da República). Os nove debates promovidos pela RTP, SIC e TVI são transmitidos pela TVI e/ou TVI24; sete em “frente a frente” e dois com os nove partidos com assento parlamentar desde 2019, este promovido pela RTP, e também emitido em simultâneo pela TVI.

Na RTP1 e RTP3:

- A RTP1 emite quatro entrevistas aos líderes dos partidos com maior representação parlamentar, em programas autónomos, apenas neste serviço de programas ou em simultâneo com a RTP3. A RTP1 emite 33 debates “frente a frente”, três com todos os candidatos, sete ao mesmo tempo com a RTP3 e 23 exclusivos desta última. A RTP foi o único operador a realizar um debate entre as candidaturas sem representação parlamentar e a transmiti-lo em simultâneo na RTP1 e RTP3.

Na RTP2:

- A RTP2 não emitiu debates nem entrevistas sobre as eleições legislativas 2022.

Na SIC:

- A SIC não emitiu programas autónomos de debate nem entrevista sobre as eleições. Durante o programa “Isto é Gozar Com Quem Trabalha — Especial Eleições” foram emitidas entrevistas conduzidas pelo humorista Ricardo Araújo Pereira aos líderes partidários do Reagir, Incluir, Reciclar (R.I.R), de Vitorino Silva/Tino de Rans, BE, Livre, PCP, PPD/PSD, IL, PAN, CDS-PP e PS. No “Jornal da Noite”, em simultâneo com a SIC Notícias, são entrevistados António Costa (PS) e Rui Rio (PSD) em período de campanha eleitoral e, no “Polígrafo SIC”, emitidas duas entrevistas a André Ventura (Chega) e a João Cotrim Figueiredo (IL), a primeira antes da marcação das eleições e a segunda na pré-campanha.

Na TVI:

- A TVI não emite entrevistas autónomas e a CNN Portugal transmite o debate dos partidos políticos parlamentares organizado pelas rádios RDP, RR e TSF e, pelo próprio serviço de programas, uma entrevista “Decisão 22” ao secretário-geral do PS.

Na CMTV:

- A CMTV não emitiu debates nem entrevistas autónomos sobre as legislativas de 2022.

d) [Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político](#)

Este documento resulta da avaliação da observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão, RTP1, RTP2 e RTP3, e dos operadores privados SIC, TVI e CMTV, na programação emitida durante 2021.

O Relatório visa observar a equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político e foi adotado pelo Conselho Regulador da ERC, em reunião ordinária de dia 14 de dezembro de 2022. Foi enviado à Assembleia da República e aos serviços de programas analisados, no sentido de os sensibilizar para os resultados apurados.

Em matéria de pluralismo nos blocos informativos diários, a ERC sensibiliza a RTP1, RTP2, RTP3, TVI, SIC e CMTV para que seja dada maior e mais equilibrada visibilidade às visões políticas dos partidos cuja representação parlamentar é reduzida. A ERC recomenda ainda maior e mais equilibrada visibilidade, nos alinhamentos, das representações regionais dos partidos nos Açores e na Madeira, uma vez que se observa que estes têm uma presença residual, assim como os representantes da República e Assembleias Legislativas.

A ERC assinala também o esforço dos operadores RTP1, SIC e TVI na diversificação das fontes no sentido da promoção de uma informação plural. Observa-se que, em mais de metade das peças analisadas nestes operadores em que surgem formações políticas ou seus representantes, são consultadas múltiplas áreas de fonte sobre o tema analisado. No caso da RTP2, RTP3 e CMTV, a ERC regista, em mais de metade das peças analisadas, apenas a consulta de fontes de uma determinada área sobre o tema da peça e nesse sentido sensibiliza estes serviços de programas para a relevância da diversificação das fontes no sentido da promoção de uma informação plural.

Da análise que conduziu, a ERC retira ainda que a presença dos partidos extraparlamentares é muito residual nas peças analisadas nos serviços de programas SIC, TVI e CMTV. No sentido de os operadores diversificarem as presenças políticas, a ERC relembra que é importante assegurar a cobertura das atividades e propostas dos partidos extraparlamentares, quando existam, dando-lhes voz, também fora dos períodos de campanha eleitoral.

No que respeita à análise feita aos programas de informação não diária (programas autónomos de debate, entrevista e comentário) a ERC assinala como positivo o esforço do operador público em manter uma presença consistente, nas suas grelhas de programas, de espaços autónomos com estas características. Destaca também pela positiva o facto de a TVI ter passado a exibir um espaço autónomo regular de opinião política, o programa de debate “Circulatura do Quadrado”, renomeado “O Princípio da Incerteza”, enquanto assinala o facto de a SIC continuar a não apresentar, no seu canal genera-

listas de sinal aberto, espaços autónomos regulares de entrevista, debate e opinião política. No caso da CMTV assinala-se a ausência de espaços autónomos regulares de informação não diária de temas políticos.

A ERC destaca ainda que as presenças político-partidárias identificadas na SIC se limitam a dois comentadores com pertença partidária, no âmbito da noite eleitoral Presidenciais 2021, enquanto na CMTV as presenças político-partidárias identificadas se limitaram a quatro comentadores com pertença partidária, no âmbito das noites eleitorais Presidenciais 2021 e Autárquicas 2021, e ainda ao comentário de um ator com pertença partidária numa edição do *magazine* “Especial CM”.

e) Relatório “Difusão de Música Portuguesa em 2021”

Este documento analisa o comportamento dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, no cumprimento das quotas de difusão de música portuguesa previstas na Lei da Rádio, em 2021.

Esta análise incidiu sobre os serviços de programas que estão ativos e inscritos na plataforma “Portal das Rádios” da ERC e considerou uma amostra mensal de 130 serviços de programas de cobertura local cuja comunicação de dados é regular, bem como a monitorização mensal do serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

A avaliação da ERC teve em consideração a entrada em vigor da Portaria nº24/2021, que veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa de 25 % para 30 %, a partir de março do referido ano.

Os dados apurados pela ERC indicam que uma proporção bastante superior a 90 % dos serviços de cobertura local manteve o cumprimento da quota legal. Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa compostos ou interpretados por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, constata-se que a percentagem das rádios locais que continua a cumprir este requisito é também superior a 90 %.

No que se refere ao serviço de programas de âmbito regional M80, a ERC apurou percentagens superiores à quota mínima de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas. Também no que respeita à subquota de música em língua portuguesa, verifica-se que a rádio também cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Nos serviços de programas nacionais privados (Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM), observa-se que a maioria cumpre e ultrapassa a quota dos 30 % de música portuguesa, não obstante algumas oscilações, tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas. No que respeita à subquota de 60 %, constata-se que os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, tal como no período das 7 às 20 horas, registando a Rádio Renascença a percentagem mais elevada, superior a 90 %.

A verificação que a ERC conduziu ao cumprimento da quota de 35 % de música recente, revela que a RFM e a Rádio Comercial apresentaram, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses. A ERC observou que as difusões musicais da Rádio Renascença em 2021 apresentaram alguma quebra na música recente, comparativamente com o ano anterior, devido a constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo, tendo registado uma evolução favorável no final do ano.

Na análise ao comportamento dos serviços de programas radiofónicos de serviço público, Antena 1 e Antena 3, a ERC revelou que ambas as rádios têm cumprido as obrigações legais a que estão sujeitas.

De acordo com a análise efetuada, a Antena 1, no que respeita à difusão de música portuguesa, apresentou uma percentagem sempre perto ou acima de 70 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

A ERC verificou ainda que a Antena 1 apresenta, ao longo do ano, percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa que se situam na média dos 89,9 %, ultrapassando em muito a quota mensal que está estabelecida.

No que se refere à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, as percentagens mensais apuradas mostraram-se quase sempre superiores ao valor em referência, ultrapassando os 40 %.

No caso da Antena 3, os valores apurados pela ERC indicam que, tanto no período das 24 horas de emissão como no período diário de maior audiência, são registados valores de difusão de música portuguesa superiores a 50 %.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou valores quase sempre superiores a 60 % nos dois períodos horários.

Da mesma forma, durante o ano de 2021, a Antena 3 registou valores muito significativos de música recente, com percentagens que superam 80 %, defendendo a grande importância atribuída à divulgação de novas obras de música portuguesa.

f) “Regime da Transparência dos Media — Prática Regulatória 2016-2021”

Este documento apresenta os conceitos, objetivos e questões pragmáticas implicadas na Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e no Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro, que definiu a natureza e periodicidade das informações a reportar

A partir da experiência de aplicação prática pela ERC, num universo que abrange mais de 1500 entidades de comunicação social, o “Regime da Transparência dos Media” caracteriza as normas, problematiza a natureza e os fins de noções balizadoras — veja-se, por exemplo, o critério de “responsabilidade editorial” para definição do conceito de “prosseguir atividades de comunicação social”, e os de “participação qualificada”, “cadeia de imputação completa” e “beneficiário final”, bem como as justificativas das “exceções e isenções de reporte” e “de divulgação”. No final, são publicadas a Lei da Transparência, o Regulamento da ERC e um apêndice com respostas às Perguntas Frequentes.

Em menos de uma década de aplicação da Lei da Transparência, o Relatório indica o reconhecimento do carácter inovador desta legislação à escala europeia, através de referências em publicações internacionais, em que Portugal é associado à Bulgária e Suécia, pela existência de obrigações específicas, e à Grécia e Itália, pela previsão de medidas dirigidas aos serviços *online*.

Ao longo de cinco capítulos, o “Regime da Transparência dos Media” apresenta a Lei que unificou as normas até 2015 dispersas pelas legislações da imprensa, rádio e televisão e que, com um carácter «especialíssimo», para proteger valores constitucionais, é cumulativa às obrigações fiscais, as devidas às sociedades comerciais e de prestação de informação sobre titularidade, gestão e fluxos financeiros, e ao regulador do mercado de valores mobiliários.

Do primeiro ao terceiro capítulo, o estudo apresenta a promoção da transparência da comunicação social através da caracterização da «titularidade com “quem” — pessoas, singulares ou coletivas», da «gestão com “como” — relatório de governo societário» e dos «meios financeiros com “quanto” (e “de onde”) — fluxos financeiros» e de como se articulam.

Os critérios para deferimento de pedidos de confidencialidade são apresentados em “linhas de orientação”, no quarto capítulo. Aqui sublinha-se que o deferimento pelo Conselho Regulador da ERC de tais pedidos está dependente de poderem afetar “interesses fundamentais” (dados pessoais, sensíveis ao abrigo do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados e sigilosos), e não da natureza das informações ou da entidade com atividades de comunicação social.

O quinto e último capítulo do “Regime da Transparência dos Media” apresenta um balanço da experiência da ERC de reporte das obrigações na Plataforma da Transparência, para preenchimento pelos regulados, e das condições da sua divulgação pública no Portal da Transparência.

g) Relatório “Acessibilidade dos serviços de programas televisivos em 2021”

Este documento [avalia](#) o modo como os serviços de programas do serviço público de televisão (RTP1, RTP2, RTP3, RTP Madeira, RTP Açores) e os serviços de programas dos operadores privados (SIC, TVI, SIC Notícias, Porto Canal, CMTV e TVI24/CNN Portugal*) cumpriram, em 2021, as obrigações em matéria de acessibilidade dos programas por pessoas com necessi-

dades especiais, previstas no [Plano Plurianual da ERC](#), designadamente através da transmissão de legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva, de interpretação por meio de língua gestual portuguesa e da audiodescrição.

Os dados apurados em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, indicam que a RTP1 não atingiu, em oito das doze semanas analisadas, o mínimo de horas previsto no Plano Plurianual. Já a RTP2, à semelhança do ano anterior, excedeu a meta de programação acompanhada por esta acessibilidade em todas as semanas analisadas.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional constata-se que a SIC cumpriu globalmente o volume de horas previsto nas semanas analisadas, à exceção das semanas 24 e 37, enquanto a TVI não cumpriu o volume de horas necessário de programação acompanhada por esta acessibilidade nas semanas 1, 6, 12, 37, 41 e 50. Contudo, estas situações foram relevadas pela ERC, tendo em conta que se observou, entre outros, um elevado volume de horas de emissão em direto, pelo que não foram disponibilizados conteúdos programáticos que permitissem ao operador TVI cumprir o mínimo de 18 horas de legendagem exigido pelo Plano Plurianual.

Em matéria de audiodescrição, a ERC apurou que a RTP1, RTP2, SIC e TVI cumpriram os objetivos anuais fixados no Plano Plurianual, sendo de destacar que a TVI ultrapassou substancialmente o valor de referência (12 horas), ao emitir cerca de 64 horas de programação acompanhada desta acessibilidade.

Na análise à utilização da interpretação por meio de língua gestual portuguesa, nos serviços de programas generalistas de serviço público, que inclui os de âmbito regional - RTP Madeira e RTP Açores -, verificou-se o cumprimento do volume mínimo obrigatório de horas emitidas de programas acompanhados por esta acessibilidade. Importa destacar que o serviço RTP1 excedeu largamente o mínimo previsto em todas as semanas da amostra, ultrapassando, na semana 50, mais de 56 horas de programação acompanhadas por essa acessibilidade.

Quanto aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional (Porto Canal, CMTV, SIC Notícias e TVI24/CNN Portugal) a obrigatoriedade de três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa foi cumprida. De destacar que a CNN Portugal e o Porto Canal emitiram mais de 93 e 95 horas, respetivamente, de emissão de programação acompanhada por essa acessibilidade.

A análise da ERC observa também o cumprimento generalizado das “Regras Complementares” do Plano Plurianual, no período em que decorreram as eleições Presidenciais 2021 (24 de janeiro), bem como as eleições Autárquicas (26 de setembro). A única exceção verificou-se no serviço de programas Porto Canal, com a ausência de acompanhamento de interpretação por meio de língua gestual portuguesa dos debates no âmbito das eleições autárquicas, o que motivou a abertura de um processo contraordenacional.

h) Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2021”

Este documento revela que, em 2021, os serviços da administração direta, os institutos públicos e as entidades que integram o setor empresarial do Estado comunicaram à ERC, através da Plataforma Digital da Publicidade Institucional do Estado, a realização de 93 campanhas publicitárias, no montante global de 12 507 407,87 euros. Este valor representa um aumento de quase dez milhões e meio em relação ao valor atribuído a estas campanhas em 2020 (2 031 906,18 euros), surgindo a Televisão como o meio mais destacado.

A verba destinada aos órgãos de comunicação social regionais e locais somou 3 090 278,51 euros, o que corresponde a 25 % do total investido na aquisição de espaços publicitários. Em 2021, assiste-se a um decréscimo de sete pontos percentuais na atribuição aos meios regionais e locais, em relação ao ano anterior, não obstante o aumento global verificado no investimento em publicidade.

A ERC identificou, em 2021, 51 campanhas de Publicidade Institucional do Estado que envolveram investimentos superiores a cinco mil euros e destas, seis em que a parcela investida em órgãos de comunicação social regionais e locais foi inferior a 25 % do custo global da campanha, o que denota um incumprimento do dever previsto

no artigo 8.º da [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), e que foi oportunamente comunicado pela ERC ao Tribunal de Contas, que detém a competência nesta matéria.

Em 2021, do total de 699 órgãos de comunicação social que receberam investimentos pela aquisição de publicidade pelo Estado, 611 eram órgãos de âmbito regional/local.

Na análise da distribuição do investimento por tipo de meio de comunicação social, observa-se que a Televisão recolheu a maior parte do montante global, 6 841 320, 10 euros repartidos por 23 serviços de programas de âmbito nacional, seguindo-se o meio Rádio, com 2 598 027, 59 euros para 264 órgãos, dos quais 256 regionais e locais, e a Imprensa com 2 370 674, 05 euros por 309 títulos, 265 destes regionais e locais.

O tipo de meio com menor receita publicitária, ainda que venha a revelar uma tendência de crescimento, continuou a ser o Digital (órgãos distribuídos ou com acesso exclusivo através de plataformas digitais), com pouco mais 218 mil euros, afetos a 103 meios, dos quais 90 regionais e locais. O regulador considerou ainda no montante global de campanhas do Estado, suportes como as redes sociais, plataformas digitais e Mupis em que foram investidos 479 mil euros.

ERC mantém relações com entidades estrangeiras congéneres

Em 2022, a ERC continuou a estabelecer canais de comunicação e de troca de experiências, de boas práticas e de cooperação com reguladores de outras regiões do globo.

Neste plano, sobressai, no dia 17 de dezembro, a receção de uma comitiva da *Korea Communications Standards Commission* (KCSC), a instituição sul-coreana responsável pela regulação das comunicações, incluindo cinema, televisão, rádio e internet. O tema central do encontro foi o combate à circulação de conteúdos de natureza sexual na internet.

O encontro decorreu na sede da ERC e resultou de um pedido formulado pelo KCSC ao Conselho Regulador, no quadro do protocolo de cooperação celebrado, em 2017, entre ambas as instituições. Refira-se que a KCSC tem entre as suas atribuições promover uma cultura de comunicações seguras e responsáveis na internet e nesse sentido tem vindo a promover um conjunto de encontros/parcerias com instituições estrangeiras e feito propostas de foro legislativo com vista a combater os crimes sexuais na internet.

A comitiva da KCSC foi constituída por Eun-hee Choi, Yong-bae Lee e Soyoung Park, oriundos das áreas “*Digital Sex Crime Information Review Bureau*” e “*Non-proliferation Division*”. Em representação da ERC estiveram os Vogais, Fátima Resende e João Pedro Figueiredo, o Chefe de Gabinete, Paulo Barreto, e as Diretoras do Departamento de Análise de *Media* e Departamento de Supervisão, Tânia de Moraes Soares e Celeste Grácio.

Em termos de contactos internacionais, destaca-se também a participação da Entidade, no dia 8 de março, por videoconferência, na reunião extraordinária do Subgrupo 3 do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA) onde assumiu que se solidarizava com as populações atualmente em conflito e reconhecia o trabalho desenvolvido pelos jornalistas e pelos meios de comunicação no terreno. Refira-se que o ERGA é um grupo de reguladores independentes europeus que visa aconselhar e ajudar a Comissão Europeia nos seus trabalhos, a fim de assegurar uma aplicação coerente da Diretiva de Serviços Audiovisuais, ou em quaisquer outras questões relacionadas com os serviços de comunicação audiovisuais sob a competência da Comissão. Visa também facilitar a cooperação entre os organismos reguladores da União Europeia, tal como previsto na diretiva e permitir uma troca de experiências e boas práticas.

Ainda neste quadro, a ERC esteve representada pelo Vogal João Pedro Figueiredo e pelo Chefe de Gabinete, Paulo Barreto, na 18.ª reunião plenária do Grupo, que decorreu em formato híbrido (presencial e por via digital). No âmbito deste encontro foi eleito o Conselho do ERGA para o ano 2023 e adotados, por unanimidade, os seguintes documentos: Relatório sobre a implementação do artigo 28.º da Diretiva Serviços de *Media* Audiovisuais: abordagens nacionais para a transposição e medidas das plataformas de partilha de vídeos; Relatório exploratório sobre como os sistemas algorítmicos de recomendação poderão assegurar a proeminência apropriada dos serviços de *media* audiovisuais de interesse geral (artigo 7.ºa) assim como das obras europeias (artigo 13.º(1)); Relatório sobre como identificar/localizar

vloggers e regular as suas comunicações comerciais; Relatório sobre a implementação do Memorando de Entendimento do ERGA, em 2022, e registo dos detalhes sobre os regimes financeiros nacionais e o Relatório sobre o panorama das competências e garantias de independência das entidades reguladoras nacionais.

A nível internacional, sobressai também a presença da ERC na 56.ª reunião plenária da Plataforma Europeia de Autoridades Reguladoras (EPRA), que decorreu em Antália, na Turquia, entre os dias 12 e 14 de outubro, organizada pelo Conselho Superior de Rádio e Televisão daquele país.

Ao longo de três dias, 150 delegações, representantes de 45 entidades reguladoras nacionais, reuniram-se com observadores permanentes e especialistas dos *media*. A agenda centrou-se nos desafios da regulação do audiovisual na região da Europa. O principal debate girou em torno dos progressos dos Países-Membros na implementação do quadro legislativo às plataformas digitais: a transposição da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual, o antecipar da aplicação dos Regulamentos para a Liberdade dos *Media* na Europa e dos Serviços Digitais, a partir de meados de 2023, bem como da monitorização das premissas impostas pelo Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado pelos seus subscritores.

Ainda em 2022, a ERC participou na conferência *online* “Novo Panorama dos *Media*: Desafios e Regulação”, organizada pelo Centro Europeu de Direito Constitucional da Fundação Themistokles e Dimitris Tsatsos e que teve como propósito debater e partilhar experiências entre diferentes reguladores dos *media* de países da Europa do Sul sobre o novo contexto mediático marcado pela digitalização e pelo surgimento de um novo quadro regulatório para o digital no espaço da União Europeia, designadamente com a entrada em vigor do Regulamento dos Serviços Digitais, e o debate em torno da proposta de Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social.

No quadro deste encontro, a ERC fez apresentações nos painéis “O papel chave da literacia mediática na consciência dos públicos sobre a desinformação/impresisões”, por Eulália Pereira, do Departamento de Análise de *Media*, e “Vídeos a Pedido e Plataformas de Partilha de Vídeos: os novos desafios de regulação de conteúdos, e termos e condições”, por Joana Duarte, do Departamento de Supervisão.

OS *MEDIA* DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

A linha de trabalho dedicada aos *media* digitais vem sendo desenvolvida na ERC desde 2014, que tem vindo a acompanhar, em linha com as competências que lhe estão formalmente atribuídas e com atividades que decorrem da colaboração com congéneres europeus, a rápida evolução do ambiente digital que se reflete também ao nível da regulação dos conteúdos *online* que tem ocupado as instâncias europeias e nacionais.

No plano nacional, a alteração legislativa operada na “**Carta Portuguesa dos Direitos Fundamentais na Era Digital**” depois de ter estado vigente cerca de um ano, resultou na retirada à ERC de competências no domínio do combate à desinformação que estavam contidas na primeira versão do diploma que entrou em vigor a 16 de julho de 2021. Recorde-se que a Carta (Lei n.º 27/2021, de 17 de maio) gerou, desde a sua promulgação, um forte debate público em torno do artigo 6.º, precisamente aquele em que estavam incluídas novas competências para a ERC no campo da desinformação. Algumas das críticas passavam pela **ausência de conceptualização e estabilização de alguns conceitos**, por receios apontados quanto à **salvaguarda de direitos fundamentais** como o da liberdade de expressão face a algumas **normas consideradas pouco claras** e que permitiam uma margem interpretativa que dificultava a aplicação das próprias disposições da lei. A consagração de um direito individual de queixa perante a ERC relativamente a qualquer publicação que pudesse ser considerada desinformação, através da remissão para um procedimento concebido para defesa de direitos pessoais de caráter disponível, foi outra das medidas muito criticadas. A ERC teve oportunidade de se pronunciar em sede de parecer sobre os projetos de lei que propunham a sua modificação, que viria a ocorrer através da Lei n.º 15/2022, de 11 de agosto.

Na alteração efetuada, a opção do legislador passou por eliminar os números 2 a 6 do artigo 6.º, reduzindo o **direito de proteção contra a desinformação** a uma declaração genérica que responsabiliza o Estado pelo combate a esse fenómeno, embora sem que especifique de que forma é garantido esse direito.

Ainda no plano nacional, em 2022, a ERC recuperou o estudo “A Desinformação – Contexto Nacional e Europeu”, publicado em 2019 com o intuito de proceder a uma atualização de fundo da primeira versão tendo em vista a sua publica-

ção no âmbito da coleção de livros da ERC “Regulação dos *Media*”. O trabalho de atualização consistiu na sistematização e aprofundamento dos avultados avanços registados no campo do combate à difusão massiva de desinformação, sobretudo no âmbito das instâncias europeias, alguns deles que virão a produzir efeitos diretos ao nível nacional. A publicação deste livro ocorreu no final de 2022, mantendo o título do estudo que foi seu precursor.

No âmbito dos conteúdos audiovisuais, com a entrada em vigor das alterações à **Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido** pela transposição da **Diretiva (UE) 2018/1808**, de 14 de novembro de 2018, a ERC passou a dispor de um conjunto de novas competências, sendo as mais relevantes, no que respeita ao objeto do presente capítulo, as que se referem à **regulação de certos aspetos relacionados com a atividade das plataformas de partilha de vídeos (PPV)**. Os fornecedores de serviços que permitem a partilha de conteúdos de vídeo gerados por utilizadores passaram a estar sob alçada regulatória, sendo-lhes imposto um conjunto alargado de deveres que levam em consideração a proteção das crianças e jovens, do público em geral e dos consumidores.

Neste domínio, a ERC formou, a nível interno, um grupo de trabalho que estudou os desafios mais relevantes colocados neste campo, designadamente aqueles relacionados com as questões da **jurisdição**, perspetivando também as questões relacionadas com o registo de fornecedores de PPV sob jurisdição nacional e disponibilização pública da respetiva lista.

Ao nível europeu, e no âmbito da colaboração que a ERC mantém junto do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* [Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de *Media* Audiovisuais], a regulação das PPV foi acompanhada pelos reguladores, incluindo a ERC, através da **monitorização da aplicação do artigo 28b da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (Diretiva SCSA)**. Este trabalho levou à publicação de dois relatórios que refletem a forma como os Estados-membros estão a colocar em prática as previsões da Diretiva.

A orientação para a regulação da Internet em vários domínios por parte das instâncias europeias é, aliás, evidente. Em 2022 foram aprovados o **“Regulamento dos Mercados Digitais”** (*Digital Market Act*) e o **“Regulamento dos Serviços Digitais”** (*Digital Services Act*). O primeiro diploma comunitário entrou em vigor em 1 de novembro de 2022 e as suas regras aplicam-se a partir de 2 de maio de 2023. A Comissão Europeia concluirá o processo de designação dos *gatekeepers* digitais até 6 de setembro de 2023, que terão seis meses para cumprir as novas obrigações decorrentes do Regulamento, ou seja, até março de 2024. O segundo diploma foi publicado no Jornal Oficial da União Europeia em 27 de outubro de 2022, entrando algumas normas em vigor a 16 de novembro de 2022 e será plenamente aplicável a partir de 17 de fevereiro de 2024.

Em paralelo, ao nível do trabalho desenvolvido no âmbito do ERGA, a ERC participou nas iniciativas deste grupo relativas a dois outros importantes instrumentos na área da regulação do ambiente digital, designadamente o Regulamento Europeu sobre Liberdade dos Meios de Comunicação Social (EMFA) e a Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política.

Quanto às iniciativas destinadas a fazer face ao fenómeno da desinformação, para além da incidência positiva que algumas medidas previstas no Regulamento dos Mercados Digitais e no Regulamento dos Serviços Digitais poderão ter nesse domínio, a adoção do **“Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado”**, em junho de 2022, procurou assegurar a sua monitorização efetiva e garantir que os compromissos e medidas nele contidos produzem efeitos ao nível do funcionamento dos serviços fornecidos pelos signatários, permitindo a **mensuração dos efeitos** produzidos ao nível da difusão de desinformação através dos seus serviços. A Comissão Europeia, os reguladores nacionais através do ERGA e os signatários (que assumem naturezas diversas) encontram-se a trabalhar no sentido de implementar o Código, monitorizar as medidas adotadas para cumpri-lo e tornar mensuráveis os seus efeitos, através de uma *task-force* permanente, com sete grupos de trabalho, constituída sob a liderança da Comissão. A ERC tem acompanhado este processo através da sua participação no ERGA. O Código Reforçado integra a visão defendida no “Plano de Ação da Democracia Europeia” e tornou-se um instrumento de correção que vai ao encontro do quadro legal e regulatório construído pelo Regulamento dos Serviços Digitais.

Além da participação ativa mantida no ERGA, a ERC tem participado em **iniciativas da EPRA – European Platform of Regulatory Authorities**, designadamente ao nível de encontros de trocas de experiências regulatórias e boas práticas. Em concreto, em 2022, destaca-se a participação em *workshops* relacionados com a regulação das PPV, com especial relevo para a área da proteção dos públicos menores quanto aos conteúdos destas plataformas passíveis de prejudicar o seu desenvolvimento.

2. AS COMPETÊNCIAS DA ERC NA ÁREA DOS MEDIA DIGITAIS

2.1 AS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEO

As competências cometidas à ERC no campo da regulação dos serviços de programas de televisão e dos serviços audiovisuais a pedido e, sobretudo, das **plataformas de partilha de vídeos (PPV)** estabelecidas pela entrada em vigor, a 17 de fevereiro de 2021, da [Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro](#), levaram à constituição, em 2021, de um **Grupo de Trabalho** interno com a missão de preparar a ERC para corresponder às disposições legais e examinar questões operacionais decorrentes da atualização da [Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido](#). Posteriormente, em 2022, o Grupo conheceu uma nova composição, integrando cinco elementos, um de cada um dos seguintes serviços da ERC: Departamento de Análise de *Media*, Departamento Jurídico, Departamento de Supervisão, Unidade da Transparência dos *Media* e Unidade de Registos.

Com a entrada na regulação de um novo campo até aí inexplorado, tornou-se evidente a necessidade de desenvolver uma resposta regulatória que permitisse dar cumprimentos ao disposto na lei relativamente aos campos de proteção dos públicos aí definidos - **Direitos humanos e proteção de crianças e jovens, Proteção dos consumidores e Funcionalidades obrigatórias**.

O **Grupo de Trabalho** foi incumbido de identificar e operacionalizar os critérios a ter em conta para a elaboração da lista de fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, de operadores de serviços audiovisuais a pedido e de operadores de televisão, que procedam, **sob jurisdição do Estado português**, à oferta dos respetivos serviços.

A matéria da **jurisdição** vinha sendo discutida ao nível dos Estados-membros, tendo em conta a aplicação do regime regulatório a serviços que são por definição transfronteiriços, como é o caso daqueles que são distribuídos através de plataformas da internet. Veja-se que o alargamento da regulação às PPV (e não só) implicou algumas modificações no que respeita à jurisdição sobre serviços de comunicação audiovisual distribuídos através da internet. O artigo 3.º da LTSAP dispõe no n.º 2, alínea b) que estão sujeitos à presente lei os **serviços de plataformas de partilha de vídeos** disponibilizados por fornecedores de plataformas de partilha de vídeos que procedam à sua oferta **sob jurisdição do Estado português**. Estipula-se ainda que o apuramento da jurisdição terá de passar pela verificação dos critérios contidos no artigo 28.º - A da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual.

A lei incumbe também a ERC de **disponibilizar listas atualizadas dos fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos** que estão **sob jurisdição do Estado português**. Para tal, **cabe-lhe organizar um registo dos operadores de fornecimento de plataformas de partilha de vídeos**, com vista à publicitação da sua propriedade, da sua organização, do seu funcionamento e das suas obrigações, assim como à proteção da sua designação (artigo 19.º, n.º 1).

Por seu lado, os fornecedores de PPV estão obrigados (artigo 19.º, n.º 3) a comunicar à ERC os elementos necessários para efeitos de **registo**, bem como a proceder à sua atualização, nos termos definidos em decreto regulamentar.

Tendo em consideração a necessidade de operacionalização destas novas incumbências legais que passaram a impender sobre a ERC, o Grupo de Trabalho elaborou um documento cuja primeira parte consiste na: "Identificação dos operadores de televisão, operadores de serviços audiovisuais a pedido e fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos que estão sob jurisdição do Estado português" e incluía também propostas de atuação.

Desde a entrada em vigor das alterações à LTSAP que a ERC está investida da tarefa de **constituir e tornar pública a lista de fornecedores de plataformas de partilha de vídeo** sob jurisdição do Estado português. Esta lista incluía, em 2022, o único

fornecedor que tomou a iniciativa de se registar na ERC, a MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A., que detém duas plataformas MEO Kanal e Sapo Vídeos. Este fornecedor está estabelecido no território português, não levantando questões em matéria de jurisdição.

Em paralelo, decorreu ao longo de 2022 uma análise atinente a apurar se uma determinada PPV de pornografia estaria sob jurisdição do Estado português. O processo fora desencadeado por alerta do congénere da ERC em França, a [Arcorm](#) – *Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique*. Este regulador acabara por vedar o acesso à PPV em questão em território francês ao abrigo da lei que proíbe a difusão de conteúdos de pornografia que não estejam devidamente apetrechados com meios que impeçam o acesso por menores. A ERC envidou esforços de estudo, seguidos de tomada de decisão que levaram ao registo na ERC do fornecedor da referida plataforma, uma vez que se determinou que é propriedade de uma empresa com sede social na Madeira. Assim, a lista de fornecedores de PPV registados na ERC passou a integrar dois fornecedores – a MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A., e a Fedrax, Lda., estando atualmente em avaliação outros serviços.

Tendo em conta a natureza dos conteúdos disponibilizados por aquele fornecedor de PPV, isto é, considerando que se trata de conteúdos de **pornografia**, a plataforma encontra-se obrigada a colocar em prática **meios de proteção do público menor** (LTSAP, artigo 69.º-A, alínea a) e artigo 69.º-C, alíneas e) e f)), incorrendo, caso contrário, em infração punível por contraordenação. Cabe à **ERC averiguar a eficácia das funcionalidades** adotadas. Atualmente, decorrem diligências conjuntas com o fornecedor de molde a dar cumprimento às obrigações legais de proteção dos utilizadores, designadamente, de controlo do acesso de menores aos conteúdos presentes na PPV que disponibiliza.

De referir que, por efeitos da nova lei, a ERC passa a poder realizar **auditorias para fiscalização e controlo dos elementos fornecidos pelos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos**, tal como acontece com os operadores de televisão e de distribuição e de serviços audiovisuais a pedido (n.º 5 do artigo 19.º).

A ERC participou, ao longo de 2022, em atividades internacionais relacionadas com a regulação das PPV no âmbito dos grupos que integra, designadamente o ERGA e a EPRA, que serão pormenorizadas em pontos subsequentes.

2.2 CARTA PORTUGUESA DE DIREITOS HUMANOS NA ERA DIGITAL

A “**Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital**” (doravante Carta) resulta da aprovação da [Lei n.º 27/2021](#), de 17 de maio. A sua versão atual resulta da Lei n.º 15/2022, de 11 de agosto, que reflete as alterações introduzidas no Parlamento ao texto legislativo da primeira versão da lei.

O texto final deste diploma é o corolário de um processo legislativo que havia já sido iniciado no final de 2018, quando o Presidente da Assembleia da República solicitou à ERC uma reflexão sobre o contexto da desinformação, do qual resultou o documento “[Desinformação: Contexto Europeu e Nacional](#)”, que abriu o debate que viria a seguir-se.

O diploma que dali resultou veio reconhecer o **direito de proteção face à desinformação** no seu **artigo 6.º**. Era nesse âmbito que a primeira versão da lei estabelecia novas competências para a ERC, designadamente em matéria do direito de queixa por parte dos cidadãos relativamente a conteúdos considerados desinformação. No mesmo artigo era dada uma definição deste conceito para os fins daquele diploma.

Refira-se que a ERC manifestara previamente reservas quanto à forma como estavam previstas as competências que lhe eram cometidas, em concreto, pelo disposto no artigo 6.º, n.º 5, da Carta, uma vez que o mesmo teria necessariamente de ser conjugado com o estatuído no artigo 6.º dos Estatutos da ERC no que respeita às entidades sujeitas à sua supervisão e

¹ A propósito deste estudo preliminar, assinala-se que o mesmo foi alvo de uma atualização tendo em vista a sua publicação, que veio ocorrer no final de 2022, integrada na coleção de livros sobre o tema da regulação que a ERC vem publicando sob a chancela da editora Almedina. Dar-se-á nota deste trabalho no ponto 3.1 abaixo.

intervenção. Reiterava-se, pois, que, «considerando o valor reforçado da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, apenas a sua alteração viabilizaria a intervenção deste regulador junto de entidades que não se encontram sujeitas à sua supervisão».

Com a entrada em vigor da primeira versão do diploma, em julho de 2021, não se questionando o reconhecimento de direitos em ambiente digital, por um lado, e, por outro, o estabelecimento de parâmetros de funcionamento para o ambiente digital que assegurem que os cidadãos encontram proteção contra práticas que de alguma forma os prejudicam, o certo é que se gerou debate público ativo essencialmente centrado nas provisões do dito **artigo 6.º sobre o direito de proteção face à desinformação**. A discussão desenvolvida no espaço público veio a gerar três propostas de alteração (CDS, IL, PAN) e uma proposta de regulamentação (PS) ainda antes da entrada em vigor do diploma. A ERC teve oportunidade de emitir dois pareceres sobre estes projetos através da Deliberação ERC/2021/208 (Parecer Leg) e da Deliberação ERC/2021/221 (Parecer Leg). Estas propostas de alteração foram discutidas na Assembleia da República, tendo sido rejeitadas as do CDS e IL. Os projetos do PAN e do PS foram remetidos para discussão na especialidade, a qual nunca veio a suceder.

O debate público suscitado acabou por levar também o Presidente da República a solicitar ao **Tribunal Constitucional a fiscalização sucessiva do artigo 6.º**, a 29 de julho de 2021, apontando em concreto: «- as normas constantes dos n.ºs 1 a 4 do artigo 6.º, na parte em que definem o conceito de desinformação; - as normas constantes do n.º 5 do artigo 6.º, na parte em que atribui à Entidade Reguladora para a Comunicação Social competências relativamente aos procedimentos de queixa e deliberação e ao regime sancionatório nesta matéria; - normas constantes do n.º 6 do artigo 6.º».

Esta iniciativa veio juntar-se ao pedido de averiguação da constitucionalidade da lei, designadamente das normas contidas no artigo 6.º, que havia sido entregue na Procuradoria-Geral da República pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista.

Apesar de todas estas diligências, cerca de um ano se passou em que a primeira versão da lei esteve em vigor, altura em que a **Provedora de Justiça** decidiu, em 2 junho de 2022, pedir também a **fiscalização da constitucionalidade dos n.ºs 5 e 6 do artigo 6.º** da Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital, considerando no [documento](#) elaborado para o efeito que parte deste artigo incorre em **violação dos princípios da reserva de lei e da proporcionalidade na restrição da liberdade de expressão e informação**, designadamente o n.º 5 do artigo 6.º da Carta (artigo 37.º, n.ºs 1 e 2, conjugado com o artigo 18.º, n.º 2, da Constituição da República Portuguesa). Em causa estava o «Direito à proteção contra a desinformação», que previa que fosse a ERC a analisar as queixas apresentadas contra as entidades que praticassem os atos previstos no referido artigo, isto é, «que produzam, reproduzam ou difundam narrativa considerada desinformação».

Pede ainda que o Tribunal Constitucional declare a ilegalidade, por violação do disposto nos artigos 5.º e 6.º dos Estatutos da ERC, da norma constante do n.º 5 do artigo 6.º, em linha com o reparo feito pela ERC nos pareceres emitidos sobre os projetos de lei apresentados pelos partidos ao longo do processo legislativo.

Contemporânea da iniciativa da Provedora de Justiça, foi a entrega na Assembleia da República de **três novos projetos de alteração à lei**, com incidência sobre o artigo 6.º, dos partidos Chega, IL e PS. Os projetos², que mereceram novos pareceres da ERC³, foram discutidos na Assembleia da República, no Plenário, a 29 de junho de 2022.

Na nova tentativa de alterar a lei, refira-se que a IL veio repetir a proposta de eliminação do artigo 6.º que já havia merecido o chumbo dos deputados em 2021.

No mesmo sentido foi, desta feita, o projeto de lei apresentado pelo Chega, que acrescentou ainda uma alteração ao artigo 5.º, com a introdução de um novo número que previa que «em caso algum poderá ser interrompido ou suspenso, intencionalmente, o acesso ou uso de internet e das várias plataformas digitais, bem como a capacidade de disseminação de informação em meio digital, a partidos políticos legalmente constituídos ou órgãos de comunicação social devidamente registados».

² Chega – Projeto de Lei n.º 141/XV/1.ª; IL – Projeto de Lei n.º 179/XV/1.ª; e PS – Projeto de Lei n.º 180/XV/1.ª.

³ Cf. Deliberação ERC/2022/194 (Parecer Leg) e Deliberação ERC/2022/195 (Parecer Leg).

Note-se desde logo que, sobre as propostas de revogação do artigo 6.º, a ERC entendeu, atendendo a todas as reservas que manifestara acerca deste dispositivo ao longo do processo legislativo, não se opor a esta opção.

No que se refere à proposta do Chega, de acrescentar um n.º 2 ao artigo 5.º da Carta, a ERC notou no [parecer](#) emitido as seguintes reservas:

- «Não se percebe qual a justificação para que aqueles que deviam precisamente dar o exemplo na recusa e na denúncia da desinformação — os partidos políticos e os órgãos de comunicação social — sejam afinal os únicos que a possam praticar sem possibilidade de serem sujeitos a qualquer sanção».

Isto, ainda que reconheça que «levanta sérias dúvidas a possibilidade, atualmente prevista no artigo 5.º da Carta, de o direito à liberdade de expressão e de informação poder ser objeto de uma limitação ou restrição tão drástica como a proibição de acesso à internet, ou a limitação da disseminação de informação ou de outros conteúdos».

A ERC concluiu sobre a alteração apresentada pelo **Chega** que: «**não parece que a alteração proposta** para o artigo 5.º da Carta **possa ser considerada constitucional**, por violação dos princípios da igualdade e da não discriminação, consagrados nos artigos 13.º e 18.º da Constituição».

Já o projeto do **Partido Socialista** propunha uma **remodelação total do artigo 6.º**, eliminando todos os números, mantendo apenas uma versão abreviada do n.º 1, o qual passaria a ter a seguinte redação: «O Estado assegura o cumprimento, em Portugal, do Plano Europeu de Ação contra a Desinformação, por forma a proteger a sociedade contra pessoas singulares, *de jure* ou *de facto*, que produzam, reproduzam ou difundam narrativa considerada desinformação».

Esta alteração proposta pelo PS aparentava levar em consideração os diplomas europeus que se encontravam, à data, em fase final de elaboração (acabava de ser adotado o novo Código de Conduta sobre Desinformação e encontrava-se avançado o processo legislativo do Regulamento dos Serviços Digitais). No entanto, não deixava de ser problemática a redação do artigo apresentada no projeto de lei. Tendo em conta as diversas iniciativas da União Europeia que visam tratar a matéria da desinformação, entendeu a ERC que seria melhor optar-se por uma formulação mais genérica que permitisse englobar todas as iniciativas levadas a cabo pela União Europeia e que viessem a ser validadas pelos Estados-membros.

Por outro lado, a ERC alertou, no seu [parecer](#), que o combate à proliferação de desinformação não é feito, em nenhuma das abordagens assumidas no âmbito da União Europeia, «contra pessoas singulares, *de jure* ou *de facto*, que produzam, reproduzam ou difundam» narrativas qualificadas como desinformação.

Os diversos instrumentos, sejam de cariz legislativo, como o Regulamento dos Mercados Digitais (*Digital Markets Act*) e o Regulamento dos Serviços Digitais (*Digital Services Act*), ou o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política, em preparação nas instâncias comunitárias, sejam de natureza auto e corregulatória, como o reforçado Código de Conduta sobre Desinformação, de junho de 2022, aponta aos meios de difusão e disseminação de conteúdos de desinformação, designadamente as plataformas digitais, os fornecedores de serviços *online*, os fornecedores de serviços de publicidade, entre outros, e não aos utilizadores destes serviços.

A proteção da liberdade de expressão não admite que os indivíduos possam ser sujeitos à intervenção de quaisquer entidades administrativas ou do Estado por emitirem opiniões, juízos, informações. Pela complexidade envolvida no combate ao fenómeno, a responsabilização de «pessoas singulares, *de jure* ou *de facto*, que produzam, reproduzam ou difundam» desinformação não se afigura como uma abordagem viável, pelo que se sugeriu no parecer da ERC uma simplificação da redação do artigo, retirando o foco das pessoas singulares, optando por referir que o Estado assegura a aplicação das iniciativas da União Europeia por forma a proteger os cidadãos contra narrativas consideradas desinformação. Note-se que esta recomendação da ERC não foi acomodada no texto final da lei.

Após a discussão desta leva de propostas de alteração em plenário da Assembleia da República, a 29 de junho de 2022, seguiu-se a votação, em 21 de julho, tendo sido aprovada a alteração da lei através do Decreto da Assembleia da República n.º 7/XV30.

O decreto, que viria a resultar na Lei n.º 15/2022, de 11 de agosto, «simplifica o regime de proteção contra a desinformação e assegura a sua articulação com o Plano Europeu de Ação contra a Desinformação, procedendo à primeira alteração à Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que aprova a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital».

O presidente da República promulgou a alteração, a 3 de agosto de 2022, sublinhando que este decreto da Assembleia da República visou responder às preocupações manifestadas no pedido de fiscalização sucessiva da constitucionalidade do disposto no artigo 6.º da Lei n.º 27/2021, de 17 de maio, que efetuara em julho de 2021. Note-se que, deste modo, o Tribunal Constitucional não chegou a pronunciar-se sobre os pedidos de fiscalização do Presidente da República e da Provedora de Justiça.

O artigo 6.º da Carta adquiriu, assim, uma nova configuração:

Artigo 6.º da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”	
Lei n.º 27/2021, de 17 de maio Lei n.º 27/2021, de 17 de maio – Ato Original	Lei n.º 27/2021, de 17 de maio – Alterada pela Lei n.º 15/2022, de 11 de agosto (em vigor)
Artigo 6.º (Direito à proteção contra a desinformação)	Artigo 6.º (Direito à proteção contra a desinformação)
<p>1 - O Estado assegura o cumprimento em Portugal do Plano Europeu de Ação contra a Desinformação, por forma a proteger a sociedade contra pessoas singulares ou coletivas, <i>de jure</i> ou <i>de facto</i>, que produzam, reproduzam ou difundam narrativa considerada desinformação, nos termos do número seguinte.</p> <p>2 - Considera-se desinformação toda a narrativa comprovadamente falsa ou enganadora criada, apresentada e divulgada para obter vantagens económicas ou para enganar deliberadamente o público, e que seja suscetível de causar um prejuízo público, nomeadamente ameaça aos processos políticos democráticos, aos processos de elaboração de políticas públicas e a bens públicos.</p> <p>3 - Para efeitos do número anterior, considera-se, designadamente, informação comprovadamente falsa ou enganadora a utilização de textos ou vídeos manipulados ou fabricados, bem como as práticas para inundar as caixas de correio eletrónico e o uso de redes de seguidores fictícios.</p> <p>4 - Não estão abrangidos pelo disposto no presente artigo os meros erros na comunicação de informações, bem como as sátiras ou paródias.</p> <p>5 - Todos têm o direito de apresentar e ver apreciadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social queixas contra as entidades que pratiquem os atos previstos no presente artigo, sendo aplicáveis os meios de ação referidos no artigo 21.º e o disposto na Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, relativamente aos procedimentos de queixa e deliberação e ao regime sancionatório.</p> <p>6 - O Estado apoia a criação de estruturas de verificação de factos por órgãos de comunicação social devidamente registados e incentiva a atribuição de selos de qualidade por entidades fidedignas dotadas do estatuto de utilidade pública.</p>	<p>1 – O Estado assegura o cumprimento em Portugal do Plano Europeu de Ação contra a Desinformação, por forma a proteger a sociedade contra pessoas singulares ou coletivas, <i>de jure</i> ou <i>de facto</i>, que produzam, reproduzam ou difundam narrativa considerada desinformação.</p> <p>2 – [Revogado.]</p> <p>3 – [Revogado.]</p> <p>4 – [Revogado.]</p> <p>5 – [Revogado.]</p> <p>6 – [Revogado.]</p>

A aprovação desta alteração à “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”, que entrou em vigor a 12 de agosto de 2022, retira à ERC competências específicas relativas ao combate ao fenómeno da desinformação, adotando uma redação genérica que remete para o cumprimento de um instrumento europeu, que não é de índole legislativa.

Ao mesmo tempo, mantém na sua redação o intuito de «proteger a sociedade contra pessoas singulares ou coletivas, *de jure* ou *de facto*, que produzam, reproduzam ou difundam narrativa considerada desinformação», quando nenhum instrumento europeu adota a via da responsabilização deste tipo de atores, conforme já referido. A redação do artigo 6.º adotada ignora, aliás, todas as reservas comunicadas pela ERC em sede de parecer.

Ao longo de mais de um ano em que a primeira versão da Carta esteve em vigor, a atuação da ERC no quadro definido naquela versão do artigo 6.º não teve aplicabilidade, entendendo-se que «não poderia a ERC intervir sem violar o princípio da legalidade a que está vinculada e das competências que lhe estão cometidas».

3. ATIVIDADES DE REGULAÇÃO NO ÂMBITO DA DESINFORMAÇÃO

3.1 A DESINFORMAÇÃO — CONTEXTO EUROPEU E NACIONAL

A desinformação tem vindo a ocupar a atividade regulatória da ERC nos últimos anos em duas vertentes distintas – ao nível interno e em atividades de âmbito internacional. No plano nacional, estas atividades ganharam relevância a partir de 2018, com a elaboração do estudo “A Desinformação — Contexto Europeu e Nacional”, apresentado em 2019, no Parlamento, na conferência «Informação e Desinformação na Era Digital». Iniciou-se, então, um processo legislativo que veio a culminar com a aprovação da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital” (v. ponto 2.2, acima).

A primeira versão daquele diploma vigorou, conforme se viu, cerca de um ano, entre 2021 e 2022, atribuindo competências específicas ao regulador na área da desinformação. No entanto, as disposições relativas à intervenção da ERC no campo da desinformação não tiveram qualquer aplicação prática. Viria depois a ser aprovada uma alteração que consistiu na simples retirada das normas que se referiam à intervenção da ERC no âmbito da desinformação.

De então em diante, **não tendo sido formalmente estabelecidas quaisquer atribuições de competências a esta entidade** que lhe permitissem lidar com o fenómeno da desinformação de uma forma integrada, encarando a sua natureza sistémica, a ERC continuou a debater-se com alguns desafios relacionados com a desinformação no âmbito da sua atividade regulatória, exatamente na mesma linha do que foi explanado no [Relatório de Regulação](#) do ano transato (pp. 92-117).

Em paralelo, ciente dos amplos e acelerados desenvolvimentos que a abordagem regulatória do fenómeno da desinformação tem conhecido ao nível internacional, concretamente no âmbito da União Europeia, entendeu a ERC ser de interesse recuperar e atualizar a primeira abordagem feita ainda nos primórdios do debate público sobre a matéria que foi o já referido documento de 2019 “A Desinformação — Contexto Europeu e Nacional”.

Assim, esta primeira versão do documento sofreu uma ampla **atualização** que conduziu à sua publicação em formato de [livro](#)⁴, no final de 2022.

Nesta atualização ganharam relevo as iniciativas legislativas da UE, especialmente duas daquelas que terão aplicação direta em Portugal – o “Regulamento dos Serviços Digitais” e o “Regulamento sobre a Transparência e Direcionamento da Propaganda Política”. Ainda no que concerne às iniciativas tomadas a nível internacional foi também abordado o processo de que levou à transformação do “Código de Conduta sobre Desinformação”, de 2018, no “Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado”, publicado em junho de 2022.

Sobre o âmbito nacional, este trabalho inclui um capítulo⁵ no qual se perspetivam vias para uma **resposta multidimensional ao fenómeno da desinformação**, reconhecendo que, em conjunto com medidas que possam prevenir a disseminação de conteúdos de teor desinformativo, importa trabalhar também sobre formas de retirar-lhes eficácia, o que só pode ser bem sucedido se se criar nos cidadãos capacidade de resiliência sobre estes conteúdos.

O **jornalismo credível** e a **literacia mediática** são duas vias para tornar as sociedades mais resilientes à desinformação, minimizando os seus efeitos. No campo da **transparência**, é importante realçar a importância de tornar públicos os proprietários das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

⁴ “A DESINFORMAÇÃO Contexto Europeu e Nacional”, MARTINS, C.; PEREIRA, E. (coord.), Almedina, 2023

⁵ Cf. “Capítulo 7 - Respostas Multidimensionais à Desinformação”, pp. 203-221

Aliás, a reconhecida **natureza sistémica da desinformação**, que se apresenta como uma das sérias ameaças às democracias, tendo já demonstrado a sua verdadeira eficiência em atos eleitorais como as eleições norte-americanas que elegeram Donald Trump, em 2016, as eleições brasileiras que elegeram Jair Bolsonaro, em 2018, ou o referendo do Brexit, em 2016, revela a sua extrema complexidade, pelo que não pode ser combatida por medidas independentes entre si. A eficácia do combate à desinformação será tanto maior quanto se perspetivar uma **abordagem holística** das respostas ao fenómeno. Um dos maiores desafios que apresenta consiste em equilibrar este combate com o respeito pela liberdade de expressão, valor impreterível das democracias.

Neste mesmo sentido, defende-se no livro publicado pela ERC que esta problemática exige uma aproximação multidisciplinar e multissetorial e uma atualização legislativa de fundo capaz de adequar a atividade da ERC a um panorama da comunicação social em permanente mudança. Foram ali elencadas de forma muito breve algumas medidas tidas por indispensáveis para o combate à disseminação da desinformação *online*:

- Reforço da literacia mediática e da sua integração nos curricula escolares e formação de professores, bem como realização de ações de promoção de literacia mediática e informativa, dirigidas a cidadãos de todas as idades;
- Dotação dos meios humanos da ERC de especialização na área da desinformação, com formação na área específica da legislação europeia com aplicação nacional, bem como relativamente às múltiplas dimensões envolvidas no funcionamento das plataformas digitais da internet;
- Comprovação, por parte das autoridades portuguesas, designadamente a Assembleia da República e o Governo (ou outra entidade designada para tal), junto dos signatários do Código de Conduta sobre Desinformação, na sua nova versão, de que este está efetivamente a ser, em toda a sua extensão, devidamente aplicado também em Portugal e garantia da respetiva monitorização;
- Reforço do pluralismo e da qualidade do jornalismo, incentivando medidas de co e autorregulação, tais como a retoma da experiência dos provedores do leitor, do ouvinte e do telespectador, estes últimos também no setor privado, a constituição de colégios de leitores e a adoção de códigos de conduta em cada órgão de comunicação social dotados de efetivos mecanismos de escrutínio;
- Incentivo, em especial, ao reforço de medidas de controlo do rigor da informação produzida nos órgãos de comunicação social, quer através da criação nas redações de núcleos dedicados à verificação de factos, quer da associação a entidades independentes que se dediquem a essa atividade;
- Sensibilização dos órgãos de comunicação social para, quer nas redes sociais, quer nas páginas dos próprios órgãos de comunicação social, atuarem sob as mesmas prerrogativas que nos suportes fora dessas plataformas;
- Sensibilização dos principais centros de decisão para que sejam rigorosos na informação que produzem e divulgam;
- Revisão da Lei de Imprensa, bem como do Decreto Regulamentar dos Registos, com vista à integração e adaptação às realidades *online*.

A publicação deste livro consistiu na atividade da ERC relacionada com o fenómeno da desinformação mais relevante a nível interno no ano de 2022.

Tal como a primeira versão, esta publicação, que faz uma reflexão mais alargada e aprofundada de um fenómeno que conhece rápidos desenvolvimentos, tal como as políticas comunitárias e internacionais destinadas a responder-lhe, visou ser um ponto de partida e um contributo para lançar um debate urgente e alargado na sociedade portuguesa destinado a pensar uma abordagem integrada das formas de obviar a disseminação de desinformação e os seus efeitos e de lançar políticas públicas atinentes a garantir a liberdade de expressão em simultâneo com a garantia de proteção do direito à informação em toda a sua amplitude, dever que incumbe ao Estado e no qual se pode integrar a proteção contra a desinformação. Passos relevantes são dados a nível internacional e é necessário acompanhar esses desenvolvimentos.



4. ATIVIDADES DE COLABORAÇÃO INTERNACIONAL

A ERC integra há vários o **ERGA – Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Media Audiovisuais**⁶ e, nessa medida, tem-se envolvido nas ações desenvolvidas por este grupo de reguladores europeus que acompanha e presta assessoria à Comissão Europeia na área da regulação dos *media* audiovisuais. A ERC integra vários dos grupos de trabalho temáticos que funcionam no seio do ERGA e que correspondem aos temas definidos como prioritários para cada ano de trabalho.

Em 2022, o [trabalho](#) deste grupo seguiu três linhas de ação: a implementação e aplicação do quadro legal criado pela Diretiva SCSA, conclusão do quadro regulatório da UE para os *media* e combate à desinformação e fortalecimento da democracia em ambiente digital. Cada uma destas linhas de trabalho correspondeu a um subgrupo de trabalho: Subgrupo 1 – [Consistent implementation and enforcement of the AVMSD framework](#); Subgrupo 2 – [Completion of the EU regulatory framework relevant for media](#) e Subgrupo 3 – [Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment](#). Foi ainda constituído um Grupo de Ação – [Implementation of the Memorandum of Understanding](#) dedicado a estudar a aplicação do Memorando de Entendimento dos reguladores nacionais quanto às questões de jurisdição que possam surgir no âmbito de serviços transfronteiriços.

Através da ação destes grupos de trabalho, o ERGA tem vindo a participar, junto da Comissão Europeia, na definição de políticas para o setor dos *media*, tendo ganho especial relevo a área da desinformação, a regulação dos serviços digitais, quer pelo ângulo da implementação da Diretiva SCSA no que respeita à regulação das PPV, quer da regulação dos serviços digitais pela via do Regulamento dos Serviços Digitais. À construção de um quadro de implementação, monitorização e apuramento de resultados do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado juntar-se-á, futuramente, caso os respetivos processos legislativos venham a ser concluídos, o Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social e o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política.

Refira-se a este propósito que o ERGA emitiu um novo documento sobre o Regulamento dos Serviços Digitais já em 2022 – [“Digital Services Act \(DSA\) – ERGA priorities for the trilogue negotiations”](#) – que condensa os pontos que o grupo entende poderem ainda ser melhorados no Regulamento.

Em paralelo com a participação nos trabalhos desenvolvidos no seio do ERGA, a ERC participou ainda em *workshops* promovidos pela EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities*, que se revelaram espaços de troca de experiências regulatórias e boas práticas, destacando-se a participação em *workshops* relacionados com a regulação das PPV.

⁶ <https://erga-online.eu>

4.1 CÓDIGO DE CONDUTA SOBRE DESINFORMAÇÃO REFORÇADO (2022)

O ano de 2022 marca a adoção de uma **versão reforçada do Código de Conduta sobre Desinformação**. Este novo conjunto de compromissos, assumidos pelos signatários em 16 de junho de 2022, sucede à versão de 2018 e as diferenças entre ambos são muito substanciais. O [Código Reforçado](#) vem corresponder às linhas orientadoras da Comissão Europeia e dos reguladores nacionais reunidos sob a égide do ERGA que preconizaram a necessidade de uma nova versão do Código dever permitir mensurar alguma da informação disponibilizada pelas plataformas, bem como tornar-se um instrumento de correção.

De facto, o novo Código difere grandemente do seu antecessor, na medida em que se passa de um conjunto de compromissos sem possibilidade de **mensuração quantitativa ou qualitativa** para um conjunto de 44 compromissos e 128 medidas específicas cujo cumprimento é aferido através de indicadores quantitativos e qualitativos, incluindo nesse pacote a própria estrutura de monitorização do Código. Todo o processo de revisão do Código de Conduta e os trabalhos desenvolvidos para a sua monitorização e avaliação de impacto sobre a disseminação de desinformação refletem um maior peso interventivo da Comissão Europeia e tem já em vista a harmonização com previsões do Regulamento dos Serviços Digitais, designadamente no que respeita às chamadas VLOPSEs, sigla inglesa para *Very Large Online Platforms and Search Engines* (o que se poderá traduzir por Plataformas e Motores de Busca *Online* de Muito Grande Dimensão).

O Código Reforçado foi assinado por 34 entidades, tendo, entretanto, registado a adesão de alguns novos membros em 2023. É de assinalar também o abandono do Código por parte do Twitter, uma matéria que é seguida de perto pela Comissão Europeia, aguardando-se que haja reflexos deste abandono com a entrada em vigor do Regulamento dos Serviços Digitais, tendo em conta que o Twitter integra a lista de VLOPSEs a operar em território comunitário. O leque de entidades que decidiram aderir ao Código Reforçado inclui atores do ecossistema de publicidade, anunciantes, empresas tecnológicas da área dos anúncios, verificadores de factos, plataformas emergentes ou especializadas, organizações da sociedade civil e organizações com experiência específica em desinformação. Há que salientar que, dada a diversidade e as diferenças de dimensão dos vários signatários, nem todos assumem a totalidade dos compromissos do Código.

A partir da data da assinatura, em junho de 2022, os signatários dispuseram de seis meses para implementar os compromissos e as medidas que subscreveram. O primeiro relatório sobre a aplicação deste Código Reforçado foi disponibilizado publicamente pelos signatários em janeiro de 2023 em [website](#) concebido para o efeito, estando disponíveis para livre consulta. Esta disponibilização pública é já uma das prerrogativas do novo Código enquadrada no esforço de transparência sobre as medidas tomadas ao abrigo do Código de Conduta. De acordo com o estipulado, as VLOPSEs estão obrigadas a publicar relatórios semestrais, enquanto os restantes signatários o farão numa base anual.

A participação da ERC no âmbito das atividades desenvolvidas em torno do Código de Conduta, desde a sua primeira versão, tem vindo a ser feita através da **colaboração e acompanhamento das atividades desenvolvidas pelo ERGA**⁷.

Tal como no ano anterior, em 2022, as matérias relacionadas com a desinformação foram tratadas no âmbito do Subgrupo 3 do ERGA - [Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment](#). Na primeira reunião do subgrupo em 2022, os representantes dos reguladores nacionais presentes foram informados de poderiam ser enviados comentários acerca da nova versão do Código de Conduta que estava a ser elaborado, até 31 de março de 2022, e que a definição dos KPI (*Key Performance Indicators*) deveria ser a principal preocupação a ter em conta. Também nesta data, foi anunciada a **criação de uma task force** restrita destinada à revisão e implementação do Código, tendo a ERC manifestado o seu interesse em participar. Neste âmbito, foi lançado um questionário junto dos vários reguladores, com o objetivo de fazer o mapeamento de medidas e políticas introduzidas nos respetivos países para monitorizar, analisar ou combater a desinformação relacionada com a COVID-19. Tal como em anos transatos, a ERC colaborou neste levantamento de informação respondendo ao questionário.

⁷ Esta participação da ERC nas atividades do ERGA sobre o Código de Conduta foram já detalhadas no [Relatório de Regulação 2021](#), pp. 92-117.

Em novembro de 2022 foi anunciada aos reguladores integrantes do ERGA a participação na **Permanent Task Force of the Code of Practice on Disinformation**, presidindo a um dos subgrupos de trabalho – **Monitorização e Reporte** – através do representante do regulador da Eslováquia.

Convém enquadrar que decorre da aprovação do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado, em junho de 2022, a criação da *Task Force* Permanente⁸ (prevista no Capítulo IX do Código), a qual tem a responsabilidade de criar os instrumentos necessários para a implementação dos Compromissos e Medidas do Código, mantê-lo atualizado e impedir que se torne obsoleto mediante a permanente evolução do ambiente digital. Os trabalhos desenvolvidos no seio deste organismo encontram-se revestidos de elevado grau de confidencialidade.

Em 2022 a *Task force* foi composta por seis subgrupos de trabalho que refletem alguns dos capítulos do Código:

- Integridade dos serviços,
- Escrutínio de Anúncios,
- Centro de Transparência,
- Resposta a Crises,
- Contacto e Integração de Novos Signatários,
- Monitorização e Reporte.

A estes seis grupos de trabalho juntou-se, já em 2023, um novo subgrupo: Capacitação dos Verificadores de Factos (*Empowerment of Fact-checkers*).

A *Task force* é um organismo que espelha a vertente corregulatória do Código de Conduta, juntando, sob a presidência da Comissão Europeia, nos grupos de trabalho que a compõem, representantes dos diversos atores envolvidos (Comissão Europeia, Signatários, ERGA, EDMO – *European Digital Media Observatory*, EEAS – *European External Action Service*) e procurando ajustar e acordar as formas de corresponder ao vasto e leque de Compromissos e de Medidas contidos no documento.

A *Task force* é, assim, um dos elementos que compõem o **robusto quadro de monitorização e avaliação** que está previsto no próprio Código de Conduta Reforçado e que corresponde ao claro compromisso de estabelecer indicadores relacionados com o funcionamento dos serviços fornecidos pelos signatários, assim como elementos qualitativos e respetivas formas de mensuração que permitam quantificar o impacto global do Código de Conduta sobre a disseminação de desinformação. Este quadro de monitorização prevê a conceção de Indicadores de Nível de Serviço, que visam medir a implementação do Código no território da UE e em cada Estado-membro, trabalho que vem sendo desenvolvido no seio da *Task force*, designadamente no subgrupo liderado pelo ERGA, Monitorização e Reporte.

A larga panóplia de funções atribuídas a esta *Task force* de preparação e de criação dos instrumentos necessários para a implementação e monitorização do Código reflete a complexidade de que se reveste este instrumento.

Cada um dos subgrupos corresponde *grosso modo* aos capítulos do Código de Conduta sobre Desinformação e pretende-se que estabeleçam todos os instrumentos necessários para que os Signatários tenham uma base comum para o seu cumprimento (indicadores de *performance*; Indicadores de Nível de Serviço, *templates* para reporte, centro de transparência, escrutínio de algoritmos, dados sobre receitas geradas por promotores de desinformação através de anúncios (monetização/desmonetização), identificação de patrocínio de publicações de cariz desinformativo, identificação de *bots*, etc.) e que permitam a medição do impacto do Código.

Ao longo de 2022, a ERC foi tomando conhecimento sobre as atividades da *Task force*, sobretudo do Subgrupo presidido pelo ERGA, e prestando os contributos solicitados neste âmbito. As atividades do grupo intensificaram-se a partir do início de 2023, com a publicação dos primeiros relatórios de aplicação do Código Reforçado pelos signatários e o

⁸ «The permanent Task force will keep the Code future-proof and fit-for-purpose, by establishing a forum – *inter alia* – to review and adapt the commitments in view of technological, societal, market and legislative developments. The Task force is composed of representatives of signatories, the European Regulators' Group for Audiovisual Media Services, the European Digital Media Observatory and the European External Action Service, and is chaired by the Commission», consultar: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

início da sua monitorização. Atualmente, encontra-se em fase de conceção por uma entidade externa uma ferramenta de monitorização que deverá ser testada por um conjunto restrito de reguladores e depois ser aplicada em todos os Estados-membros. Em Portugal, a tarefa deverá, à partida, ser entregue à ERC.

4.2 O CONTRIBUTO PARA A REGULAÇÃO SOBRE A TRANSPARÊNCIA E DIRECIONAMENTO DOS ANÚNCIOS POLÍTICOS

Uma das vertentes mais preocupantes da desinformação é a difusão em larga escala de conteúdos de caráter político através das plataformas de comunicação *online*. A promoção de conteúdo manipulado ou com a intenção de manipular a opinião pública tem vindo a mostrar-se uma ameaça que é sobretudo perniciosa pelo facto de poder ser direcionada a determinados grupos mais suscetíveis e permeáveis aos seus efeitos.

Ciente de que se trata de um terreno fértil para tentativas de manipulação da opinião pública, ameaçando a realização de eleições livres e justas, a Comissão Europeia autonomizou esta questão no combate à desinformação. Em novembro de 2021, apresentou uma proposta de atuação do Parlamento Europeu e do Conselho como parte integrante do Plano de Ação para a Democracia Europeia - "[Proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política](#)" destinada a fornecedores de serviços de publicidade de cariz político. Na base deste documento estão, segundo a Comissão Europeia, três objetivos principais:

- Apoiar o funcionamento do mercado único dos serviços de publicidade;
- Garantir que a fonte e a finalidade da publicidade sejam conhecidas;
- Combater a desinformação e a interferência nos processos democráticos da UE.

Este tipo de publicidade (*issue-based advertising*), que o Código de Conduta Sobre Desinformação de 2018 já integrava, é, por vezes, entendida como uma categoria de publicidade à parte que, apesar do seu potencial de influenciar o resultado de eleições, geralmente está sujeita a menor regulamentação do que as formas mais tradicionais e explícitas de propaganda política.

A ERC, através a sua participação nos trabalhos desenvolvidos no âmbito do ERGA, acompanhou o processo legislativo do regulamento desde a sua apresentação em novembro de 2021. A primeira [tomada de posição](#) apresentada pelo grupo de reguladores ocorreu em março de 2022 e nela estes congratulam-se pela iniciativa da Comissão Europeia, identificando-se com os seus objetivos.

Pela positiva, o ERGA destacou o facto de a proposta de regulamento prever **obrigações para toda a cadeia de valor da publicidade política** e não apenas para as plataformas *online*; de ser consistente com o Regulamento dos Serviços Digitais e ainda por fazer referência aos reguladores nacionais e ao ERGA enquanto entidade adequada para assegurar a cooperação entre entidades na supervisão do Regulamento.

Além destes pontos positivos, o ERGA apontou também **alguns aspetos que deveriam ser melhorados** na proposta. Um destes aspetos é a necessidade de impor a **criação de repositórios abrangentes de anúncios políticos**, fornecendo mais granularidade de dados em cada anúncio individual. A criação destes repositórios representaria um mecanismo eficaz para o fornecimento de dados agregados e garantiria uma aplicação mais eficaz das regras estabelecidas por este regulamento sobre os fornecedores de serviços de publicidade política, bem como os atores políticos seriam responsabilizados pelas autoridades nacionais relevantes em tempo real em caso de excederem os limites de gastos ou de o conteúdo de seus anúncios não cumprir as regras.

Apontou a séria necessidade de adoção de um **regime de sanções mais harmonizado** e de introdução de sanções proporcionais, dissuasoras e eficazes em todos os Estados-membros, dado que os serviços de publicidade *online* são

prestados numa base transfronteiriça e bastaria que um único Estado-membro não adotasse sanções adequadas para que o sucesso da regulamentação saísse comprometido.

O ERGA salientou que a noção de “prestadores de serviços de publicidade” poderia ser mais detalhada para melhor identificar as categorias de atores e que, no que diz respeito à publicidade temática, a definição proposta é muito ampla e corre o risco de abranger casos que são não estrita e diretamente relacionados com anúncios políticos.

Em relação ao papel do ERGA e dos reguladores nacionais, o grupo recomenda que o regulamento seja mais claro relativamente aos mecanismos de cooperação entre reguladores já existentes. Um desses mecanismos, que já está em funcionamento e que pode ser ainda mais fortalecido, é o Memorando de Entendimento adotado pelo ERGA em dezembro de 2020, e que estabelece formas de cooperação para apoiar a implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual, em particular no que concerne a questões transfronteiriças.

O ERGA defendeu ainda que o **micro direcionamento de anúncios para fins políticos** deve ser limitado e, ao mesmo tempo, que devem ser introduzidas novas restrições no que diz respeito às categorias de dados que podem ser tratados para fins de publicidade política, em particular, **proibindo a publicidade direcionada com base em técnicas de direcionamento invasivas**. Além do mais, o ERGA entende que as questões relacionadas com a distribuição de conteúdo são altamente relevantes para a supervisão dos *media*. Para poder avaliar fenómenos como técnicas de amplificação ilegítimas, a supervisão dos *media* deve dispor de acesso a dados e de poderes de fiscalização nessa área.

Os trabalhos do ERGA sobre a proposta de regulamento prosseguiram no âmbito do Subgrupo 3 no sentido de ser produzido um parecer. No decurso deste processo, foi tornada pública, em maio de 2022, uma [posição da ERC](#) sobre a proposta. Desta posição, destaca-se o facto de a definição de “propaganda política” ser considerada pela ERC «demasiado ampla», o que «pode minar alguns valores fundamentais como a liberdade de expressão». A ERC defende, por isso, o esclarecimento do alcance do conceito de responsáveis pela criação e divulgação, por qualquer meio «de uma mensagem suscetível de influenciar o resultado de uma eleição [...]». Adicionalmente, entre outras questões específicas, a ERC vê como importante esclarecer se «a existência de um pagamento faz parte da definição de propaganda política».

O ERGA continuou a trabalhar sobre a proposta de regulamento e em agosto de 2022 apresentou uma posição detalhada através do documento “[ERGA Position Paper on the Regulation on the transparency and targeting of political advertising](#)” [Parecer do ERGA sobre o Regulamento sobre a transparência e o direcionamento da propaganda política].

O documento contendo um conjunto de recomendações que o grupo de reguladores via como necessário ponderar no Regulamento foi elaborado no âmbito dos trabalhos desenvolvidos pelo Subgrupo 3 do ERGA. A ERC participou nesse processo, tendo merecido especial atenção por parte do regulador português as recomendações:

- Clarificação de que o Regulamento não interfere com as normas nacionais já existentes, no âmbito da publicidade política;
- Reconhecimento de que a propaganda política consiste num serviço que é «normalmente» remunerado e que, em consequência, o Regulamento proposto também se aplica a situações em que o serviço de propaganda política é prestado sem remuneração;
- Recomenda uma definição de publicidade política mais restritiva da prevista no artigo 2.º, n.º 2, alínea b) – os camados «*issue-based ads*» - propondo que a definição tenha em consideração o propósito da mensagem, sugerindo-se a seguinte redação: «*a message which is liable and designed to influence the outcome of an election or referendum, a legislative or regulatory process or voting behaviour*»;
- Recomenda que o Regulamento preveja a possibilidade de a entidade competente em cada Estado-membro estabelecer e atualizar uma lista de temas de relevância política, válida a nível nacional, antes de cada eleição;
- Recomenda que as definições de direcionamento e amplificação, uma vez que se trata de atividades diferentes e com propósitos diferentes, tenham duas definições também diferentes;
- Considera que, tanto as técnicas de direcionamento, como as de amplificação devem ser reguladas e limitadas;

- Recomenda que as atividades de direcionamento e a amplificação sejam limitadas apenas aos dados para os quais o utilizador deu o seu consentimento explícito, proibindo o direcionamento com base nos dados inferidos pela plataforma, pelo menos em relação aos dados inferidos que permitem às empresas mostrar as preferências políticas do utilizador;
- Recomenda que cada editor de propaganda política (independentemente da sua dimensão) seja obrigado a manter o seu próprio repositório de anúncios políticos, que devem ser acessíveis em tempo real e desenhados de acordo com padrões precisos, identificados pelo ERGA ou pela Comissão Europeia em conformidade com um conjunto de diretrizes;
- Recomenda que o artigo 16.º introduza um sistema sancionatório mais coordenado e consistente, bem como um quadro adicional de sanções proporcionais, efetivas e dissuasoras em todos os Estados-membros;
- Recomenda a criação um sistema sancionatório de dois níveis, impondo inicialmente ao editor que atenuo o prejuízo causado pela violação das regras:
 - a) O Regulamento deve dar às autoridades competentes a possibilidade de emitir um aviso contra o prestador de serviço que incumpriu, logo que a infração seja detetada, assim como a possibilidade de emitir uma ordem fundamentada dirigida a qualquer ator da cadeia de valor para que prontamente corrija o erro e repare o prejuízo causado;
 - b) Aplicação de uma multa, caso a ordem não seja cumprida no prazo estabelecido. A multa deve ser aplicada ao ator responsável pela ofensa, que pode não ser necessariamente o editor;
- Recomenda a fixação de um valor mínimo e máximo do montante da multa;
- Considera que, uma vez que, tanto a *European Cooperation Network on Elections* como o ERGA são referidos no considerando 60 como estruturas que devem ser usadas para facilitar a cooperação entre as autoridades competentes, seria mais coerente que nenhuma das duas fosse referida no artigo 15.º, n.º 9, ou que ambas fossem mencionadas;
- Relativamente ao artigo 15.º, n.º 7 – que prevê a identificação de um único ponto de contacto ao nível da União Europeia – verificando que o considerando 62 estipula que o ponto de contacto deverá ser um membro da *European Cooperation Network on Elections*, isso significa que os reguladores do audiovisual teriam menos hipóteses de serem designados pontos de contacto, uma vez que não fazem parte da *European Cooperation Network on Elections*. Tendo em conta que não existem muitas entidades reguladoras nacionais sujeitas ao artigo 30.º da Diretiva do Audiovisual que façam também parte da *European Cooperation Network on Elections*, considera-se que a hipótese de o regulador do audiovisual ser apontado como ponto de contacto não deve ser limitada, pelo facto de não fazer parte daquele organismo, e por isso recomenda-se a eliminação do considerando 62.

Tendo na globalidade concordado com o parecer do ERGA, a ERC não deixou de salientar que um ponto desse parecer suscitava reservas, sendo ele o pedido de clarificação que é feito sobre a exceção prevista no Regulamento que refere que o mesmo não se aplica às mensagens de natureza puramente comercial e às mensagens de natureza puramente privada. Nesse pedido de clarificação do ERGA faz-se a sugestão de ter em conta o conteúdo da mensagem e não o meio onde é divulgada. Ora, tal resulta em que se separe o conteúdo da mensagem da forma como esse conteúdo é divulgado, o que torna indeterminado o âmbito de aplicação do regulamento, com a consequente incerteza e insegurança jurídica que tal pressuposto implica.

Sobre este aspeto, a ERC foi manifestando ao longo da preparação do parecer a necessidade da sua clarificação e, no mesmo sentido, sublinhou que a sugestão de incluir no âmbito de aplicação do Regulamento mensagens publicadas em grupos privados levantava profundas preocupações relacionadas com a liberdade de expressão, liberdade de associação, direito à privacidade e direito à privacidade da correspondência.

Por este motivo, mesmo revendo-se na globalidade do parecer do ERGA sobre o Regulamento, a ERC manifestou as suas reservas numa declaração de voto.

A proposta de Regulamento do Parlamento e do Conselho passou já estes órgãos e, entretanto, o processo legislativo prossegue agora com negociação das alterações propostas.

4.3 O ACOMPANHAMENTO DO EMFA - EUROPEAN MEDIA FREEDOM ACT

Em 16 setembro de 2022, foi tornada pública a [Proposta](#) do Parlamento Europeu e do Conselho de Regulamento sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social que estabelece um quadro comum para os serviços de comunicação social no mercado interno. Esta proposta é conhecida em inglês como “EMFA – *European Media Freedom Act*”.

A proposta dá seguimento ao compromisso político assumido pela presidente Ursula von der Leyen, que anunciou a iniciativa no seu discurso sobre o estado da União de 2021, no qual **realçou o papel da informação como bem público**, reconhecendo que as empresas de comunicação social não são empresas como as outras e que a sua independência deve ser protegida a nível da UE. A iniciativa foi incluída no programa de trabalho da Comissão para 2022.

Os reguladores europeus reunidos no ERGA tiveram oportunidade de se pronunciar sobre a matéria do Regulamento em dois momentos distintos. Antes do conhecimento da proposta do Parlamento Europeu e do Conselho, em sede de consulta pública, num [documento](#) tornado público em março de 2022, e depois da publicação da proposta, através de uma [posição](#) divulgada no dia 25 de novembro de 2022, na qual a ERC participou ativamente.

É entendimento da ERC que é positivo o reconhecimento, pela proposta de Regulamento, de que **o acesso a comunicação social independente e pluralista é crucial** para os cidadãos europeus formarem opiniões informadas e participarem efetivamente no debate democrático. O bom funcionamento do mercado interno comunitário deve estar devidamente articulado com a promoção de um ambiente adequado para o desenvolvimento sustentável de uma variedade de órgãos de comunicação social, com a garantia da independência editorial e da transparência de propriedade e com a proteção dos direitos dos jornalistas.

Ainda assim, não obstante os princípios positivos que enformam o EMFA, a ERC, em diferentes fóruns, tem destacado pontos da proposta de Regulamento que exigem uma ponderação cuidada, conforme ficou expresso, nomeadamente, na [Deliberação ERC/2023/2 \(Parecer Leg\)](#), de 11 de janeiro de 2023, em que o Conselho Regulador se pronunciou sobre o referido Regulamento, a pedido da Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros.

Entre outras questões, a ERC tem defendido que o **Regulamento deverá garantir a independência dos jornalistas**. Efetivamente, os direitos dos jornalistas são referidos no preâmbulo (considerandos 11, 16 e 17), mas o corpo do Regulamento não garante a independência, autonomia e segurança destes profissionais. Num documento tão estrutural como o EMFA, que visa garantir a liberdade da comunicação social, torna-se paradoxal não haver uma menção expressa aos direitos dos jornalistas e à garantia da sua autonomia. A salvaguarda geral da independência da comunicação social e da autonomia editorial deve, em algum momento, destacar o papel dos jornalistas, não só para incluir os jornalistas *freelancer*, mas também para afirmar a independência destes profissionais dentro dos órgãos de comunicação.

Por outro lado, de forma a garantir a independência editorial dos órgãos de comunicação social, o EMFA deveria prever regras destinadas a prevenir a contaminação comercial dos conteúdos editoriais. Entende-se que o Regulamento deve incluir normas específicas para **prevenir a contaminação política ou comercial dos conteúdos editoriais**. Ainda que a ética e a deontologia da profissão tenham subjacente a completa separação entre conteúdos comerciais e conteúdos editoriais, entende-se que o exigente e complexo sistema mediático atual convoca uma objetiva sedimentação de regras gerais que reforcem a garantia da independência das decisões editoriais dos fornecedores de serviços de comunicação social e, ao mesmo tempo, sem interferir na liberdade editorial dos mesmos.

Atualmente, as **pressões comerciais sobre o conteúdo editorial são crescentes** e assumem diferentes formas: i) jornalistas que produzem conteúdo comercial ou híbrido (publicidade/mensagens comerciais/conteúdos patrocinados); ii) utilização dos espaços tipicamente editoriais (como primeiras páginas de jornais e capas de revistas, ou falsas primeiras páginas) para promoção de produtos ou serviços; iii) realização de “parcerias” com marcas para a promoção das suas iniciativas, que surgem perante o público sob a forma de editoriais ou outro género jornalístico. Assim, o Regulamento deveria estabelecer que os Estados-membros devem aprovar legislação que previna e, se necessário, puna a contaminação comercial de conteúdos editoriais, acrescentando que cabe aos fornecedores de comunicação social a adoção de medidas que salvaguardem esta separação. Estas normas devem ser adequadas e proporcionais aos fins a que se destinam, nunca perdendo de vista a salvaguarda da liberdade editorial.

Questão fundamental, e que tem sido destacada de forma transversal pelas diferentes entidades que se têm pronunciado sobre o EMFA, é a necessidade de garantir a independência do Comité Europeu dos Serviços de Comunicação Social (designado por “Comité”). A criação deste órgão está prevista na proposta de Regulamento e sucederá ao ERGA, criado pela Diretiva 2010/13/EU (cf. artigos 8.º a 12.º).

Numa análise técnica, dir-se-á que a criação do Comité poderá potenciar a regulação da comunicação social e atribuir-lhe uma escala europeia, o que poderá ser benéfico. Reconhece-se que a transformação digital da informação e do entretenimento e a sua natureza transfronteiriça em muito beneficiariam com uma abordagem comum à escala da União. Contudo, subjazem dois princípios fundamentais que será essencial acautelar *ab initio*, para, então sim, aceitar a criação do Comité. A saber: a) O respeito pelas competências dos reguladores nacionais, sobretudo as constitucionalmente previstas, como é o caso de algumas das competências da ERC. Ou seja, é possível a harmonização dos processos e o aprofundamento da cooperação, mas não a eliminação das competências nucleares constitucionalmente previstas; b) A garantia de que a entidade a criar – o Comité – é efetivamente independente. A possibilidade de o Comité ser direta ou indiretamente controlado, controlável ou suscetível a pressões por um qualquer poder político ou económico é a antítese da regulação independente.

Assim, em linha com o enfatizado na posição apresentada pelo ERGA, é **essencial garantir a independência do Comité**. Se o Comité depende ou é controlado por um poder político (como a Comissão), as suas tomadas de posição serão percecionadas como decisões políticas. Repare-se que o artigo 30.º da Diretiva SCSA impõe que as entidades reguladoras nacionais sejam independentes. Não se pode exigir menos ao Comité – atenta a sensibilidade das competências que se prevê serem-lhe cometidas – do que aquilo que se impõe aos reguladores nacionais. Neste sentido, a posição do ERGA sobre o EMFA propõe uma redação alternativa para o artigo 12.º da proposta que evite que a ação do Comité se cinja a iniciativas que tenham o “acordo da Comissão”, ou que sejam “solicitadas pela Comissão”. Assim, o Comité deve poder tomar iniciativas por sua própria decisão e emitir documentos sem que para tal necessite da concordância da Comissão. Para tal, o ERGA propõe que as menções “a pedido da Comissão” devem ser substituídas por “por sua própria iniciativa ou a pedido da Comissão”; as referências a “de acordo com a Comissão” devem ser suprimidas.

O EMFA atribui 46 tarefas ao Comité, das quais 27 são de alguma forma condicionadas pela Comissão. Assim, deve ser ponderada a eliminação de todas as referências ao «acordo da Comissão» para qualquer atividade do Comité, uma vez que, tal não sucedendo, perderia a desejável independência. Considera-se ainda que o Comité deve ter um secretariado independente da Comissão.

Uma outra questão que tem suscitado a preocupação da ERC prende-se com o artigo 16.º da proposta de Regulamento, relativo aos *media* de países terceiros ou por estes financiados ou determinados. Considera-se que este artigo tem uma redação vaga e pouco clara, pelo que pode ter uma interpretação minimalista ou, pelo contrário, ser interpretado no sentido de que o Comité pode tomar quaisquer decisões relativas a fornecedores de meios de comunicação estabelecidos fora da União.

A ERC não se opõe a uma disposição que derogue o princípio da livre circulação de emissões na União Europeia quando estas provêm de um operador de um país terceiro, ou que seja financiado ou determinado por este, quando o mesmo ponha em causa princípios fundamentais do direito europeu, incluindo em matéria de segurança, defesa e coesão nacional. No entanto, devem ser as próprias legislações dos Estados-membros a prever as soluções para impedir ou bloquear o exercício da atividade no seu território por operadores estabelecidos fora da União ou estabelecer limites ao exercício de atividades de comunicação social por operadores de um país terceiro.

Uma solução *one size fits all*, centralizada no Comité, “com o acordo” da Comissão, não é considerada adequada. Tal solução prejudicaria seriamente o princípio da subsidiariedade e a independência dos reguladores. Portanto, o artigo 16.º, n.º 2, deve ser aperfeiçoado, de forma a garantir **a subsidiariedade e proporcionalidade das medidas adotadas** em relação aos fornecedores de *media* estabelecidos em países terceiros, não devendo eventuais medidas restritivas ser aplicadas automaticamente (e acriticamente) a todo o espaço europeu.

O EMFA relaciona-se com outros atos legislativos da UE, como o Regulamento dos Serviços Digitais e a Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, pretendendo-se uma harmonização de medidas que evite sobreposições e que estabeleça salvaguardas relativamente a uma sobrerregulação por meio de diversos instrumentos regulatórios.

4.4 A IMPLEMENTAÇÃO DA REGULAÇÃO DAS PPV

O ERGA, através do Subgrupo 1 – “[Consistent implementation and enforcement of the AVMSD framework](#)” [Implementação Consistente e Supervisão da Diretiva SCA], deu continuidade, em 2022, ao acompanhamento a aplicação das disposições da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual⁹ nos Estados-membros que havia iniciado nos anos precedentes.

Em 2022, a sua atividade nesta área passou pela realização de três reuniões gerais do subgrupo, nas quais a ERC participou, e várias outras do grupo responsável pela produção dos materiais do subgrupo (*drafters*); pela aplicação de um questionário; e pela realização de um workshop *online* ocorrido a 04 de outubro e que teve a participação de partes interessadas, como a Meta e a Google, por exemplo.

Um dos documentos que resultou deste trabalho realizado pelos reguladores no âmbito do subgrupo ao longo de 2022, e que teve a colaboração da ERC, foi o relatório – “[The implementation\(s\) of Article 28b AVMSD: National transposition approaches and measures by video-sharing platforms](#)” [A aplicação do artigo 28b da Diretiva SCSA: Abordagens e medidas das plataformas de partilha de vídeos nas transposições nacionais]. Este relatório surge no seguimento do [documento](#) produzido no ano precedente.

O documento permitiu verificar de que forma os diferentes Estados-membros procederam à **transposição** do referido artigo, tendo-se concluído que existem **abordagens diversas** e **diferentes níveis de intervenção** resultantes dessa transposição para as leis nacionais.

Convém destacar que em 2022, na resposta ao questionário realizado pelo ERGA, 25 das 31 entidades participantes responderam que o artigo 28b da Diretiva SCSA havia sido transposto de forma adequada para as suas legislações nacionais.

Em termos do reporte efetuado pela ERC no âmbito deste questionário, foi referido que existiam em 2022 **dois serviços de PPV registados em Portugal**, ambos pertencentes ao mesmo proprietário, a MEO – Serviços de Comunicação e Multimédia, S.A. A ERC forneceu, assim, informação requerida acerca destes serviços, como por exemplo, sobre as políticas de remoção de conteúdos potencialmente prejudiciais, ou sobre os meios de resolução de conflitos disponibilizados aos utilizadores.

O relatório do ERGA permitiu retirar algumas conclusões relativamente à forma como os diversos Estados-membros colocavam em prática a Diretiva SCSA. Uma das principais foi a de que menos da metade dos 31 respondentes ao questionário forneceram informação sobre a presença de fornecedores e de PPV estabelecidos nos seus países. Foram 11 os que referiram ter serviços de PPV registados ou identificados e outros dois fizeram referência a serviços que aparentemente estariam sob sua jurisdição, mas sem que tivesse sido efetuada qualquer verificação.

No que concerne às **medidas de proteção de menores relativamente a conteúdos** inadequados, existem casos em que tinham já sido tomadas algumas providências. Noutros casos, a conceção dessas medidas estava em curso. Algumas PPV apresentavam sistemas de verificação de idade, recomendações através de rodapés ou avisos como formas de proteger os utilizadores menores. A verificação de idade pode ainda ser exigida aos utilizadores que partilham vídeos e não apenas aos utilizadores que assistem aos vídeos nelas contidos, exigindo que se identifiquem. Outros instrumentos menos utilizados incluem o uso de reconhecimento facial, cartão bancário ou criação de identificação digital.

Foi ainda possível verificar um **menor investimento** em medidas destinadas a proteger o público em geral, cingindo-se, em grande medida, a sistemas de denúncia de conteúdos inapropriados.

Os reguladores acabam por reconhecer neste relatório que, embora a Diretiva SCSA seja um avanço no que se refere ao olhar sobre o campo mediático, nivelando o campo do audiovisual, dos serviços a pedido e entrando no campo das PPV, as mudanças no setor dos *media* são de tal forma aceleradas que exigem um enorme esforço por parte dos reguladores para se manterem a par.

⁹ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE.

A Diretiva é vista como o primeiro e fundamental passo dado pelas instituições europeias relativamente ao enquadramento do mercado único digital, mas tem de ser complementada com outras iniciativas que permitam regular as novas dinâmicas do mercado e que assegurem uma concorrência justa e sustentável entre os *media* tradicionais e os novos *players* digitais.

Segundo conclui o ERGA, os **novos instrumentos legislativos e regulatórios** estão a ser concebidos e colocados em prática – Regulamento dos Serviços Digitais, Regulamento dos Mercados Digitais, o Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos *Media*, a aplicação do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado – e **deverão exigir maior cooperação entre reguladores**. O Regulamento dos Serviços Digitais vai dar forma ao papel da regulação das plataformas digitais e dos conteúdos não audiovisuais, e o EMFA abordará a questão da liberdade dos *media* incluindo também o ambiente digital.

Considerando este conjunto de instrumentos, o ERGA salienta a importância de manter a coerência entre estes e a Diretiva.

Ainda no campo da regulação das PPV, o ERGA tem vindo a abordar a **atividade dos vloggers** nestas plataformas e discutindo a **atividade comercial** que desenvolvem através dos conteúdos que produzem.

Em 2022, o Subgrupo 1 publicou o segundo relatório sobre este tema – [“How to identify and localise vloggers and regulate their commercial communication?”](#) [Como identificar *vloggers* e regular os seus conteúdos comerciais?], procurando encontrar uma visão comum sobre a abordagem dos serviços identificados como serviços de comunicação social audiovisual a pedido e difundidos através de plataformas de partilha de vídeos.

O objetivo deste trabalho do ERGA foi explorar as principais questões em torno da identificação de *vloggers*, assim como da comunicação comercial presente no seu conteúdo e em torno dele. Além disso, pretendeu-se fornecer orientações aos reguladores nacionais para lidar com desafios legais e práticos colocados por estas matérias. Foi dada uma atenção especial às vias para alcançar a transparência em relação à comunicação comercial dentro e fora dos conteúdos dos *vloggers* e também à proteção do público.

Do trabalho conjunto dos reguladores nacionais sobre esta matéria resultou a conclusão de que um número crescente deles começou a **sujeitar os vloggers a algum tipo de regulação**, ou intensificaram regulação preexistente. As regras estabelecidas destinam-se às comunicações comerciais que integram os conteúdos dos *vloggers* ou que se encontram em torno destes, tendo em vista a proteção de menores ou de outros utilizadores relativamente a conteúdo potencialmente prejudicial.

É importante que sejam estabelecidas competências legais adequadas que permitam solicitar informações aos *vloggers* e monitorizar os conteúdos, permitindo assim uma supervisão e monitorização eficiente. A colaboração com outras entidades de supervisão, tendo em vista o futuro enquadramento do Regulamento dos Serviços Digitais, pode também ser relevante para a eficácia da ação dos reguladores.

Para identificação de *vloggers* são vistos como úteis os dados de *marketing* das redes sociais sobre os influenciadores sociais utilizados pela indústria para a localização e identificação das atividades dos *vloggers* que se dirigem a mercados locais. Os reguladores deveriam ainda prestar atenção à **profissionalização dos vloggers** que se manifesta através de atividades como a adesão a associações de direitos de autor e outro tipo de associações e a participação em eventos, prémios e candidaturas a programas de financiamento.

Segundo este relatório, em diversos países organizações de autorregulação desenvolveram regras e orientações especificamente dirigidas aos *vloggers*, influenciadores e similares. Por toda a Europa vão sendo tomadas iniciativas destinadas a criar consciência sobre estes assuntos, quer na indústria, quer junto do público.

Importa perceber que as regras aplicáveis aos conteúdos comerciais de *vloggers* e outras relacionados não saem diretamente da Diretiva SCSA, mas derivam primeiramente das regras aplicáveis à proteção dos consumidores. Adicionalmente, nem sempre é evidente o apuramento de responsabilidades relativamente ao conteúdo comercial, uma vez que essas responsabilidades são muitas vezes repartidas, o que pode fazer com que os *vloggers* não tenham

consciência sobre as regras aplicáveis como um todo. Os reguladores, pela sua experiência, conseguem ter uma visão global sobre a matéria e detetar duplicações de regras e falhas na proteção pretendida com essas regras.

O relatório elenca um conjunto de recomendações e boas práticas no que concerne à regulação do conteúdo comercial de *vloggers*:

- Considerar a utilização das ferramentas dos influenciadores tendo em vista obter uma melhor visão sobre o conjunto dos influenciadores que poderão cair no âmbito regulação;
- Concertar ação com reguladores de outros setores para atingir todas as partes relevantes da cadeia de valor;
- Utilizar as novas oportunidades trazidas pelo Regulamento dos Serviços Digitais para responder a desafios específicos relacionados com a cadeia de distribuição *online*, designadamente serviços intermediários;
- Considerar uma abordagem holística aquando da conceção de regras e políticas de supervisão para as comunicações comerciais nos conteúdos de *vloggers*;
- Aumentar a consciência de *vloggers* e plataformas relativamente aos regimes de regulação e autorregulação aplicáveis às comunicações comerciais;
- Fornecer orientações claras sobre a distinção entre “patrocínio”, “colocação de produto”, “publicidade” e outras formas de comunicação comercial;
- Utilizar políticas de comunicação para melhorar o conhecimento e o apoio da regulação pelos *vloggers* e as suas audiências.

Este relatório vem acompanhado de exemplos de abordagens nacionais relativamente à regulação de conteúdo comercial de *vloggers*.

O Subgrupo 1 do ERGA incluiu, em 2022, um [Grupo de Ação](#) relacionado com a implementação do Memorando de Entendimento, estabelecido em dezembro de 2020. Do trabalho levado a efeito em 2022 resultou um relatório – “[Report on the implementation of the ERGA Memorandum of Understanding in 2022](#)” – acerca da evolução da implementação do memorando pelos diversos reguladores nacionais.

O memorando consiste num entendimento entre os reguladores nacionais sobre as formas de cooperação aplicáveis aos casos transfronteiriços relacionados com a aplicação da Diretiva SCSA. Em 2022, o objetivo central passou por responder a um dos compromissos centrais do ERGA que é a promoção de abordagens regulatórias comuns e de uma cooperação efetiva entre os membros e também com os atores relevantes.

O relatório relativo ao ano de 2022 apresenta dados quantitativos relativamente ao número de pedidos de colaboração espoletados sob a alçada do Memorando de Entendimento. De entre os 30 pedidos de colaboração entre reguladores registados ao abrigo do memorando, apenas um se relacionou com regulação das PPV.

De uma forma geral, **registou-se uma colaboração positiva entre reguladores**, embora se tenha verificado que só metade do total de pedidos tenha sido completada de forma totalmente satisfatória para a entidade que faz o pedido e para a que o recebeu.



A natureza voluntária do memorando deverá ser aperfeiçoada e a entrada em vigor do Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social deverá, no futuro, ter um papel determinante no que se refere à colaboração entre os reguladores.

4.5 ATIVIDADES DA EPRA - PLATAFORMA EUROPEIA DE ENTIDADES REGULADORAS

A par com as atividades de cooperação internacional no âmbito do ERGA, a ERC participa ainda em iniciativas promovidas pela [EPRA](#) - *European Platform of Regulatory Authorities* [Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras].

Em 2022, a ERC participou em algumas iniciativas relacionadas com a regulação das PPV, mais concretamente com a proteção dos menores relativamente a conteúdos que possam ser prejudiciais a esta faixa etária. Neste âmbito, a ERC foi uma das entidades reguladoras presentes no ciclo de sessões de trabalho *VSPs and Regulation* [PPV e Regulação].

A participação da ERC neste tipo de eventos reveste-se de reconhecida importância na medida que permite conhecer as abordagens de congéneres europeus que se debatem com incumbências e dificuldades similares. No caso das PPV, tratando-se de uma área totalmente nova para a regulação, a partilha de experiências e de boas práticas torna-se muito positiva para agilizar a ação dos reguladores.

Em março de 2022 decorreu a sessão *Protecting and Empowering Minors: Focus on Age Restrictions* [Proteger e Capacitar os Menores: Foco nas Restrições Etárias] a qual se focou na discussão sobre a implementação de medidas de regulação e correção sobre as PPV, mais especificamente, aquelas que estão relacionadas com a classificação etária de conteúdos e com o controlo do acesso dos menores a conteúdos direcionados para adultos, através de sistemas de verificação da idade do utilizador.

Numa primeira parte deste evento, alguns reguladores apresentaram as respetivas abordagens sob o tema “**Verificação e segurança sobre a idade dos utilizadores e sistemas de classificação etária**”, mais concretamente o Ofcom, (Reino Unido), o DLM, (Alemanha), o CRTA (Chipre), a Arcom (França) e o KAVI (Finlândia).

Embora as abordagens seguidas sejam todas diferentes entre si, denota-se que a principal preocupação destes reguladores é comum e consiste em **encontrar formas para impedir o acesso de menores a conteúdos para adultos difundidos através de PPV**.

O **Ofcom**, no sentido de conseguir estabelecer medidas aplicáveis às PPV, designadamente as que permitem a partilha de conteúdos para adultos, optou por desenvolver um quadro de avaliação (*evaluation framework*) destinado a avaliar e fiscalizar a implementação das medidas requeridas que permita a efetiva proteção dos menores. Este quadro foi concebido através da discussão com diversos atores e partes interessadas, incluindo associações e organizações de proteção de crianças. Há que notar que, dado que não foi efetuada a transposição da Diretiva SCSA para a ordem interna, o Ofcom trabalha com as disposições da própria diretiva.

A **Alemanha**, por seu turno, é um dos países mais avançados no que respeita à regulação das PPV, particularmente no que respeita ao acesso a conteúdos de pornografia. Desde **2013 que existe em funcionamento um sistema de verificação etária para qualquer operador que ofereça pornografia**. Este sistema leva em consideração a proteção de menores e a dignidade humana. Dezenas de fornecedores de serviços audiovisuais possuem sistemas de acesso em dois passos: verificação de idade e verificação de identidade digital.

No evento da EPRA foram avançadas pelo regulador alemão presente duas tecnologias desenvolvidas por empresas cuja autorização de utilização se encontrava em fase de avaliação. Trata-se de sistemas que recorrem **à inteligência artificial para avaliação da idade dos utilizadores**. São eles:

- Através de documento de identificação e fotografia: o *website* capta uma fotografia do documento de identificação do utilizador e depois uma *selfie* deste. Através da comparação das imagens, verifica a correspondência entre ambos e se se trata de um adulto.
- Estimativa de idade: o *website* capta através da câmara do dispositivo um conjunto de parâmetros biométricos da face do utilizador de forma a atribuir-lhe uma idade estimada. O sistema não armazena a imagem ou os dados, apenas são captados os parâmetros biométricos necessários e não é feita a identificação da face. Este sistema está em fase de avaliação quanto à sua legalidade. Este sistema, à partida, responde melhor à necessidade de respeitar a proteção de dados pessoais.

Da parte do **Chipre** foi manifestada a urgência de atuar sobre as PPV com conteúdos para adultos, dado que existem muitas sediadas naquele país. Por este motivo e pelas questões de jurisdição, os países que já se encontram mais avançados em termos do controlo do acesso de menores a estes conteúdos revelaram interesse nas medidas que estão a ser colocadas em prática em Chipre. No entanto, foram relatadas dificuldades que se prendiam, por um lado, com a fase inicial em que se encontrava a implementação da transposição da Diretiva SCSA e, por outro, com a falta de acolhimento do regulador e das medidas que pretende colocar em prática por parte das plataformas.

Chipre encontrava-se a trabalhar em formas de controlo **etário dos utilizadores das plataformas de conteúdos para adultos**. Na altura estavam em cima da mesa possibilidades que passavam por: identificação através de cartão de crédito, reconhecimento facial e identidade digital. O regulador cipriota vinha estudando, com a colaboração de psicólogos, medidas como a realização de testes psicométricos para apuramento de idade, com base num conjunto de testes de aptidão operacionalizados por questões muito curtas e de resposta imediata.

Em **França** desde 2018 que a lei existente permite o **bloqueio de serviços com conteúdos para adultos que não implementem sistemas de controlo do acesso para menores**. O regulador recebe participações que são analisadas e podem dar origem ao bloqueio de serviços em França, caso estes não se adaptem às medidas em vigor.

Existem também diversas **ferramentas que permitem que os pais exerçam controlo** sobre os conteúdos acedidos pelos menores. O governo disponibiliza um *website* de apoio à parentalidade <https://jeprotegemonenfant.gouv.fr/>, com dois grandes temas: proteção das crianças quanto ao tempo de ecrã; proteção da criança quanto à pornografia.

De acordo com novas medidas aprovadas, os novos dispositivos com acesso à Internet (*smartphones*, computadores, consolas de jogos) vendidos em França vão passar a dispor, por defeito, de **sistema de controlo de acesso a conteúdos** que poderá ser ativado pelos utilizadores.

O regulador da **Finlândia** constituiu um grupo de trabalho com autoridades, operadores de televisão, ONGs de proteção de menores, plataformas digitais, entre outros, para chegar a um documento com propostas para a proteção de menores relativamente aos conteúdos de PPV. Entretanto, a aposta deste regulador passou pela recolha de informação junto dos congéneres europeus com o intuito de orientar o seu trabalho de acordo com as práticas já em uso noutros países.

Uma das maiores dificuldades identificadas pelo regulador finlandês relaciona-se com o controlo do acesso a jogos *online* por menores, que na Finlândia é obrigatório.

A segunda parte do encontro consistiu na apresentação de contributos de académicos para a questão do acesso de menores a conteúdo adulto *online* através de PPVs.

A reconhecida investigadora **Sonia Livingstone** (*London School of Economics and Political Science*) expôs alguns dos pontos essenciais do projeto [euCONSENT](#) – *Electronic Identification and Trust Services for Children in Europe – Creating a safer digital world for children throughout the European Union*.

Esta académica colocou numa outra perspetiva a discussão sobre os controlos de acesso a conteúdos, as questões **dos direitos das crianças e da supervisão parental**, tendo em conta que as famílias e as próprias crianças não são ouvidas pelas autoridades relativamente aos meios de proteção que são implementados. Salientou o facto de as famílias terem

dinâmicas próprias e até formas diversas de olharem para os conteúdos a que as suas crianças podem aceder. Além do mais, existem diferenças culturais nos diversos países da Europa que se refletem na forma como as medidas de controlo de acesso são encaradas, o que deve levar a considerar se estes não deverão ser ajustadas a este tipo de circunstâncias.

Segundo a visão desta académica, **as medidas de verificação de idade são muitas vezes ineficazes**, pois são fáceis de contornar (na maioria das vezes, estas medidas consistem numa mera pergunta sobre a idade do utilizador). Deste modo, defende que as medidas técnicas não devem ser as únicas medidas, devem antes estar incluídas num processo mais abrangente de mediação entre pais e filhos.

Focou ainda o facto de a utilização de sistemas de controlo que são ativados pelos pais ou educadores poder introduzir diversos constrangimentos nas relações familiares. A **sensação de invasão de privacidade e de controlo permanente** que se pode gerar nas crianças pode criar dificuldades familiares. Assim, é necessário ouvir os menores e as famílias nestas áreas e nunca descurar os direitos das crianças.

Na mesma linha de pensamento, **Eva Livens**, da Universidade de Ghent, começou por salientar que é **fundamental respeitar os direitos das crianças**, designadamente os que se encontram na convenção das Nações Unidas.

Deste modo, salientou que o **direito das crianças a serem protegidas de conteúdos potencialmente prejudiciais** deve ser equilibrado com a **proteção dos seus dados**. Este ponto é fulcral nos sistemas de verificação de idade, que não podem desproteger os dados dos menores.

O perfilamento de audiências, quando aplicado ao caso dos menores, pode ter fortes consequências no desenvolvimento das crianças, dado que vai condicionar as escolhas de conteúdos a que acedem e assim mostrar um determinado mundo que pode não corresponder ao real. Também os sistemas que recorrem a inteligência artificial podem conter diversos riscos no que respeita à proteção de dados pessoais das crianças. Estes sistemas podem também discriminar determinadas crianças (e adultos), que não se enquadram no “padrão” (biométrico) detetado pela inteligência artificial.

No caso dos sistemas de controlo de acesso e de verificação etária em PPV, Eva Livens defendeu que os reguladores dos *media* devem trabalhar em proximidade com as autoridades responsáveis pela proteção de dados.

Um outro encontro de trabalho promovido pela EPRA e que se revelou relevante para a discussão em torno da regulação das PPV foi o quarto da série *VSPs & Regulation*, que decorreu a 09 de novembro de 2022.

Na introdução dos trabalhos, a representante da EPRA e membro do Ofcom, Maria Donde, salientou que se trata **uma área de regulação que exige dos reguladores abordagens inovadoras e procedimentos novos**, que são necessariamente diferentes dos utilizados para os serviços audiovisuais (de televisão ou a pedido). Na sua perspetiva, decorrente da experiência de trabalho no Ofcom, **inicia-se com as PPV uma forma mais participativa de regulação**, que envolve diretamente as empresas detentoras dos serviços.

Na sessão foram apresentados os **casos práticos de três países** e respetivos reguladores – **Reino Unido** - Ofcom; **França** - Arcom e **Itália** - AGcom. A partilha de práticas e experiências serviu de base para a discussão por parte de outros reguladores presentes, dando conta das suas orientações, desafios e dificuldades perante esta nova área de regulação.

O **Ofcom**, enquanto regulador de um país que não integra a UE, foi construindo a regulação das PPV internamente, tendo partilhado o percurso que percorrera até à data, isto é, até final de 2022. Naquela data dispunha já do primeiro [relatório](#) sobre o primeiro ano de regime regulatório destas plataformas.

Assim, o trabalho do regulador do Reino Unido (RU) sobre a regulação das PPV conheceu diversas fases, tendo em vista conceber uma abordagem da regulação adequada a este tipo de serviços e que pudesse ir evoluindo passo a passo¹⁰.

¹⁰ A anfitriã do *workshop* que é também quadro do Ofcom, Maria Donde, salientou numa das suas intervenções que existe a consciência de que a regulação das PPVs é uma maratona e não uma corrida. Tem de se pensar que há várias etapas no processo para ir trabalhando progressivamente ano após ano.

Num período temporal que se estendeu por dois anos, ocorreram as seguintes fases: 1 - Estabelecer os requisitos para as plataformas (2020); 2 – Desenvolver um quadro regulatório para as plataformas (2020-2021); 3 – Lançamento do regime regulatório do Ofcom para as PPV (outubro 2021); 4 – Pedidos de informação às plataformas (Verão de 2022); 5 – Fim do Ano Um do Regime Regulatório e Primeiro Relatório (outubro de 2022).

As prioridades do primeiro ano do regime das PPV lançado pelo Ofcom passaram por construir uma visão sobre o panorama existente no RU e sobre as medidas que as plataformas tinham em prática. No segundo ano (2023) o objetivo passa por compreender melhor se as PPV estão a tomar medidas adequadas a proteger melhor os seus utilizadores.

No final do primeiro ano, existiam 19 PPV registadas no RU, incluindo TikTok, Snapchat, Vimeo, Twitch, BiteChute e OnlyFans, mas também algumas pequenas plataformas, algumas de conteúdo para adultos.

O regime regulatório do Ofcom para as PPV inclui alguns pontos que foram salientados como cruciais para o seu sucesso:

- Os fornecedores de PPV têm a obrigação legal de prestar ao Ofcom as informações pedidas pelo regulador¹¹;
- Os fornecedores de PPV no RU são obrigados a notificar o Ofcom sobre a sua atividade;
- O Ofcom não regula conteúdo específico. O seu regime dirige-se a sistemas e processos. Dentro deste quadro, as PPV estão obrigadas a proteger todos os utilizadores de conteúdo prejudicial, com especiais requisitos relativamente aos menores.

As prioridades estabelecidas pelo Ofcom para o primeiro ano de vigência do seu regime para as PPV (outubro 2021-outubro 2022) passaram por:

- Reduzir o risco de presença de material sobre abuso sexual de crianças através da implantação de processos de registo e de moderação nas PPV para adultos;
- Combater o ódio e o terror garantindo que os termos e condições das PPV protegem de forma eficiente os utilizadores;
- Lançar alicerces sólidos para a verificação etária nas PPV que alojam conteúdo pornográfico;
- Garantir que os processos de assinalar e reportar conteúdos são eficientes e que as PPV aumentam a adesão dos utilizadores.

O primeiro ano de vigência do regime das PPV do Ofcom culminou na elaboração do relatório [Ofcom's first year of video-sharing platform regulation](#). Este foi acompanhado pela publicação de alguns estudos¹² destinados a dar suporte às opções regulatórias tomadas por aquele regulador, tendo em vista sobretudo apostar nas medidas que se revelam mais eficazes na proteção do público. A investigação inclui estudos comportamentais e investigação destinada a [conhecer a indústria](#) das PPV no RU.

Segundo a visão defendida pelo Ofcom, investigar e pesquisar são fundamentais para se fazer regulação. Neste caso, é importante fazer investigação própria para compreender o que são as PPV e assim decidir que regulação fazer.

Ao cabo de um ano de vigência do regime regulatório para as PPV, apurou-se o seguinte:

- Na generalidade, as plataformas deram passos no sentido de dar cumprimento ao regime regulatório;
- Todas as plataformas têm medidas de segurança em vigor, incluindo regras sobre que tipo de conteúdos de vídeo são permitidos. Algumas delas procederam a alterações a essas medidas em resposta direta ao facto de serem reguladas;
- Em geral, as plataformas disponibilizaram fraca evidência sobre o nível de eficácia das suas medidas de segurança na proteção dos utilizadores. Este ponto cria dificuldades com algum grau de certeza se as medidas de que as PPVs dispõem estão a funcionar de forma consistente e efetiva;

¹¹ Esta provisão legal concreta foi mencionada mais do que uma vez ao longo da sessão como sendo, na perspetiva do Ofcom, crucial para o sucesso do trabalho de regulação junto das PPVs. Também a disponibilidade de recursos de cada regulador pode ser um fator fulcral em termos do tipo de abordagem e de enquadramento podem dar à regulação eficiente das PPVs.

¹² Os estudos publicados são: "[VSP Tracker Waves 1+2](#)"; "[VSP Parental Guidance Research: Summary Report](#)" e "[Adult Users' Attitudes to Age Verification on Adult Sites](#)".

- São necessárias medidas mais apertadas para prevenir o acesso de menores a pornografia. O Ofcom espera que as PPVs com conteúdos para adultos concebam planos para colocar em prática soluções mais robustas;
- Algumas plataformas não estão preparadas nem dispõem de recursos para corresponder à regulação. O Ofcom tentará que as plataformas melhorem e forneçam respostas mais completas aos seus pedidos de informação.

Em concreto, forma registadas mudanças positivas como:

- O OnlyFans instalou ferramentas de verificação de idade para novos subscritores do RU;
- O TikTok concebeu uma Comissão de Supervisão de Segurança *Online*;
- O Vimeo determinou que os apenas os conteúdos que estejam classificados para “todas as audiências” possam ser vistos por utilizadores sem conta na plataforma Snapchat e implementou um Centro da Família.

O regime de regulação do Ofcom vai continuar a ser desenvolvido e tem como prioridade do Ano Dois a **colaboração com França e Alemanha** relativamente aos sistemas de verificação de idade dos utilizadores.

Quanto a questões práticas, estas passaram por perceber a forma como o Ofcom chegava às PPVs para incluí-las no regime de regulação e sobre as medidas tomadas perante as PPVs que se revelam impreparadas para a regulação, ou sobre a existência de a ser aplicadas nesses casos.

De acordo com o Ofcom, as grandes plataformas tomaram a iniciativa de se registarem no Ofcom rapidamente. As mais pequenas quiseram depois estar no mesmo patamar que as suas concorrentes de maior dimensão e acabaram também por fazê-lo. Admitiu-se, no entanto, que haverá plataformas que não estejam registadas, mas a estratégia do Ofcom foi, desde o início, estabelecer [critérios claros](#) sobre quem deveria registar-se, bem como sobre o respetivo regime para cada tipo de PPV. O Ofcom verifica um misto entre as plataformas que tomam a iniciativa de se registarem e outras às quais o regulador, tomando conhecimento e verificando que cumprem os critérios para serem consideradas PPV, solicita que se registem. Mas não vai à sua procura na *web*.

Relativamente às plataformas que não estão preparadas para a regulação, verificou-se que as PPVs mais pequenas não têm meios no terreno para corresponder a todos os requisitos. A abordagem adotada pelo Ofcom, nestes casos, é trabalhar com as plataformas para que desenvolvam o que é necessário. Neste ponto, sublinhou que o **diálogo com as plataformas tem de ser o caminho para a regulação** destes atores e alertou os reguladores presentes de que têm de preparar e **ter os recursos adequados para fazer esse caminho**.

Quanto às sanções, um novo regime sancionatório – o [Online Safety Bill](#) – trará sanções. No entanto, numa abordagem inicial, a opção do regulador foi a de **trabalhar com as plataformas em vez de sancionar**.

Sobre o **princípio do país de origem** para aplicação da regulação, o RU respeita em parte este princípio, mesmo estando fora da UE (e do território de aplicação da Diretiva SCSA). Este princípio é usado neste momento nos critérios que determinam que PPV têm de se registar no RU. Mas admitiu que poderá haver sobreposição de jurisdições, algo a ser trabalhado.

As plataformas sediadas no RU, sujeitas à regulação naquele território, poderão também estar sujeitas a regulação num Estado-membro, isto é, dentro do território da Diretiva, uma que vez que o RU não o integra devido ao Brexit.

Este ponto – regulação no RU e num Estado-membro – deve ser trabalho em conjunto de forma que se trabalhe para os mesmos objetivos e, ao mesmo tempo, para que as plataformas saibam que regras lhes são aplicáveis

Os **conceitos de jurisdição antigos**, que eram aplicados aos serviços audiovisuais e *on demand*, já **não estão ajustados ao panorama atual**.

A **Itália** conheceu em 2022 a fase final de implementação do **novo regime regulatório** que decorre da transposição Diretiva 1808/2018 naquele país.

As novidades que o novo regime jurídico comporta, deixando uma primeira salvaguarda sobre o que entende ser essencial para o bom funcionamento da regulação diante das novas realidades que passaram a ter um regime regulatório: o facto de o **Agcom ser um regulador convergente**, com diversas competências em relação às plataformas da Internet, que vão desde os direitos de autor, passando pela publicidade a serviços de apostas *online*. Exemplificou, a propósito deste ponto, que recentemente o Agcom aplicou uma multa muito avultada ao Youtube por publicidade a apostas *online*.

A nova lei que transpõe as alterações à Diretiva europeia do audiovisual em Itália ([TUSMA – Testo Unico sui Servizi di Media Audiovisivi](#)), datada de novembro de 2021, veio estabelecer critérios para determinar que PPV estão sob regulação neste território.

No campo da **jurisdição**, a lei **considera o princípio do país de origem** dos serviços que vem consagrado na diretiva, **mas vai além dele** e estabelece alguns critérios complementares no que respeita à aplicação de regulação a PPV em território italiano. O Agcom dirige-se, assim, às PPVs que estão estabelecidas em Itália, mas também às que operam naquele país. A nova lei investe o Agcom de poderes para limitar a livre circulação de programas, vídeos gerados por utilizadores ou comunicações comerciais audiovisuais emitidas através de PPV cujo fornecedor esteja estabelecido num outro Estado-membro e que sejam dirigidos ao público italiano. Existem obrigações específicas para as plataformas se forem dirigidas ao público italiano. Para determinação deste ponto é considerado:

- Controlo de uma empresa italiana;
- A geração de receita em Itália;
- A língua utilizada;
- O alcance de um número significativo de visualizações em território italiano.

Determinados estes critérios, as plataformas que os preencham são obrigadas a um conjunto de medidas, entre elas a disponibilização de termos e condições de utilização em língua italiana e **reporte ao Agcom das queixas que recebam de utilizadores**.

Estas queixas passam depois por um procedimento que inclui um período conciliatório. Esta é uma inovação em relação à regulação existente antes de ser alargada às PPV.

A intervenção do Agcom em relação às queixas recebidas dos utilizadores sobre as PPV será limitada a esta fase conciliatória e, em contraste com o regime existente para o setor audiovisual, não haverá lugar a uma decisão.

Neste regime, o Agcom disponibiliza de um serviço destinado à resolução de conflitos gerados entre utilizadores e plataformas que funcionava já para outros serviços regulados por aquela entidade, a [ConciliaWeb](#).

Ao limitar a **intervenção do regulador à tentativa de facilitar o diálogo entre as partes**, com vista a alcançar um acordo de conciliação, confere à regulação um caráter menos restritivo, minorando o risco de resistência à sua aplicação generalizada a todas as plataformas.

Neste regime, o Agcom fica incumbido de monitorizar as plataformas e apresentar todos os anos um relatório sobre os procedimentos que tratou relativamente às PPV.

O **regulador francês, o Arcom** partilhou a sua experiência regulatória relativamente às PPV. A legislação francesa não distingue as PPV em relação a outras plataformas *online*, sendo que todas têm [obrigações específicas](#) em relação a alguns pontos como sejam o discurso de ódio, o terrorismo, a proteção de menores.

Em França, é o **número de utilizadores únicos mensais que define a obrigação das plataformas de observarem determinadas obrigações**, como acontece no combate à desinformação, por exemplo. Nestes casos, são exigidas medidas relativas à segurança e transparência em relação a desinformação e conteúdos patrocinados sobre assuntos de interesse público (definidos pela Arcom).

As plataformas são obrigadas por lei a comunicar anualmente à Arcom as medidas tomadas para dar cumprimento às exigências legais. Partindo desta informação, a entidade procede à análise e faz recomendações de melhorias às plataformas.

A Arcom disponibiliza as [declarações](#) anuais efetuadas pelas 12 plataformas¹³ sob regulação do regulador francês.

Em França, as regras aplicáveis às plataformas derivam de diversas leis e não forçosamente da lei do audiovisual.

Para fazer face ao discurso do ódio a Arcom optou por constituir um [Observatório do Ódio Online](#), que consiste numa plataforma de diálogo entre os vários atores envolvidos na sua difusão e aqueles que procuram combatê-lo. A [lei](#) que enquadra a atuação da Arcom data de 2021 e visa as plataformas *online* que tenham 10 ou 15 milhões de utilizadores únicos mensais estabelecendo obrigações das plataformas *online* quanto à luta contra o ódio *online*. Esta provisão existente em França assemelha-se já à abordagem prevista no Regulamento dos Serviços Digitais recentemente publicado.

As exigências que recaem sobre as plataformas são ajustadas aos diferentes modelos de negócio que apresentam. Trata-se de uma solução que leva em consideração a proteção da liberdade de expressão em equilíbrio com o combate à discriminação e ao ódio. O observatório identifica discurso do ódio, as suas dinâmicas e recursos, visa partilhar a informação e experiências em combatê-lo.

Em termos de **proteção de menores**, as plataformas *online* são obrigadas, em França, a trabalhar junto das associações e ONGs de proteção de menores para melhorar a deteção de conteúdo prejudicial para estes utilizadores.

A **proteção de dados dos menores** é uma exigência que impende sobre as plataformas. Em relação a plataformas que contêm conteúdos de pornografia, estas devem ter em funcionamento **sistemas de verificação de idade** que impeçam menores de aceder. Caso tal não se verifique, o regulador procede ao bloqueio do serviço.

A Arcom é a entidade competente para denunciar publicamente plataformas que disponibilizam conteúdos de pornografia partilhados nas plataformas *online*. A entidade trabalha em colaboração com a polícia francesa e analisa semanalmente, em média, cem conteúdos.

França aplica o seu quadro legislativo sem se cingir ao princípio do país de origem das plataformas, o critério mais relevante que utiliza é o do número de utilizadores únicos mensais no país, isto é, um critério de potencial impacto.

À margem do programa do encontro, o **regulador da República da Irlanda** (BAI) quis deixar um ponto de situação acerca do processo legislativo que estava em curso naquele país relativo à regulação dos *media* e que inclui as alterações introduzidas pela Diretiva SCSA. A nova lei prevê a **criação de um novo regulador**, com **atuação mais abrangente e com recursos reforçados** e resulta de um aturado processo de revisão de toda a legislação aplicável ao setor dos *media*, incluindo agora as plataformas *online*, e deverá estar concluída no final de 2022.

Trata-se de um quadro legal que vai além da Diretiva em termos de mecanismos aplicáveis às plataformas *online* no que concerne ao *ciberbullying*, ao ódio, e introduz até uma nova infração, o *ciberflashing*.

O ano de **2023** afigura-se como um ano de continuidade quanto às linhas de trabalho seguidas em 2022 no âmbito ambiente digital e da desinformação. A regulação das PPV e a colaboração internacional junto do ERGA relacionadas com o Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado, o Regulamento Europeu sobre a Liberdade da Comunicação Social e o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política ocuparão a ERC.

¹³ Dailymotion, Google, LinkedIn, Meta, Microsoft, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Webedia, Fundação Wikimedia e Yahoo!

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2022



1. VISÃO GLOBAL

Na elaboração do retrato¹ da atividade anual da ERC para 2022, relacionada com a Literacia Mediática (LM), considera-se relevante começar por destacar o arranque da colaboração com dois projetos de âmbito internacional que se distinguem pelos objetivos e públicos que elegendem como protagonistas:

- [TeamUp! – Media for adult education!](#) – tem como principal objetivo proporcionar uma formação gratuita em LMI - Literacia dos *media* e da informação, F (com foco em competências digitais) pensada sobretudo para profissionais que trabalham ou interessados em trabalhar com adultos (18-65 anos), para que depois possam desenvolver iniciativas de literacia mediática junto desses públicos. A ERC colabora através da organização não-governamental [4Change](#), responsável pela coordenação em Portugal deste projeto que abrange França, Itália e Grécia. A grande novidade para o regulador é precisamente o investimento num projeto que tem o público adulto como prioridade e que privilegia uma abordagem baseada na educação não formal.

¹ Desde a edição de 2016, o Relatório de Regulação passou a incluir um capítulo sobre as atividades de Literacia Mediática com envolvimento da ERC.

- [mSchools – Desafio de educação para os media \(2022/2023\)](#)² - tem como principais objetivos identificar, reconhecer e divulgar boas experiências de educação para os *media* concretizadas por professores com os seus alunos em escolas do âmbito geográfico ibero-americano (Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú, Portugal) através de formação especializada disponibilizada por uma equipa de peritos do mSchool, programa educativo originário da Catalunha que ajuda a promover a cidadania digital como elemento de uma educação sustentável e inclusiva, em que as tecnologias móveis surgem como facilitadoras da aprendizagem.

Além desses dois projetos, o primeiro a arrancar em junho e o segundo em setembro, o plano de trabalho de literacia mediática da ERC para 2022 também incluiu outras atividades a nível nacional e internacional, algumas baseadas em colaborações que se prolongam há vários anos.

A nível nacional:

- Dinamização de sessões/*workshops* de literacia mediática relacionados com desinformação e falsas narrativas *online*, tendo por base, sobretudo, exemplos de conteúdos identificados a partir de queixas recebidas pela ERC. Neste contexto, são de referir a participação numa sessão com o Colégio João de Barros (Leiria), inserida no âmbito Parlamento dos Jovens; a dinamização de *workshops* (presenciais) inseridos no [Festival Política](#) (uma iniciativa da Associação Isonomia, uma organização não-governamental que tem como objetivo promover a participação cívica, a defesa dos direitos humanos e o combate à abstenção) cuja edição de 2022 foi dedicada precisamente à temática da desinformação; a dinamização de um *workshop* (em formato híbrido) enquadrado no VI Encontro Nacional de Educação para os *Media*, iniciativa promovida pela Direção-Geral da Educação (DGE) em parceria com o Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) e o Centro de Formação António Sérgio.
- Trabalho realizado no âmbito do Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) – enquanto membro permanente, a ERC voltou a integrar o grupo de trabalho responsável pela dinamização da operação “7 dias com os *media* 2022”.Integrou também o grupo de trabalho destinado a organizar o [VI Congresso Literacia, Media e Cidadania – Transição digital e Políticas públicas](#), que se viria a realizar já em 2023, nos dias 21 e 22 de abril, na Escola Superior de Comunicação Social, em Lisboa³.

No que respeita a atividades com uma realização mais circunscrita em termos temporais, é de referir que, em março, a ERC participou na promoção/divulgação do *webinar* “Liberdade dos *Media*: vítima da guerra?”. Tendo como contexto o conflito Rússia –Ucrânia, esta iniciativa do GILM teve como objetivo debater as questões da liberdade de expressão e liberdade dos *media*. Em maio, a ERC também participou na reunião inaugural do Conselho Consultivo do GILM (grupo de peritos e representantes de instituições com interesse na promoção e desenvolvimento da LM convidados para se pronunciarem, entre outras matérias, sobre a estratégia a seguir em relação à LM e o plano de atividades do GILM).

Ainda no contexto das atividades nacionais, é de referir a participação numa aula do Mestrado em Literacia dos *Media* e da Informação e Cidadania Digital da Universidade Lusófona do Porto (a convite da coordenadora do mestrado) com o objetivo de apresentar um breve retrato sobre o trabalho desenvolvido pela ERC nesta área.

A nível internacional:

- Continuação da participação nos grupos de trabalho sobre literacia mediática do *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA), da *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA, cujo grupo de trabalho se designa EMIL – *EPRA Media and Information Literacy Taskforce*). Foram acompanhados dois encontros do *Réseux des Instances de Régulation Méditerranéennes* (RIRM/MNRA) e foi desenvolvido o acima referido projeto “*mschools – Desafio de Educação para os Media*” no âmbito da *Plataforma de Reguladores del Sector de Audiovisual de Iberoamerica* (PRAI). Foram ainda acompanhados *webinars* da associação *Media & Learning Association*, sobretudo relacionados com a atividade dos *hubs* do *European Digital Media Observatory* (EDMO), bem como da *European Media Literacy Week*.

² Tradução adotada da versão original em castelhano “*Reto por la Educación Mediática*”.

³ No documento que vier a sistematizar as atividades de LM com intervenção da ERC realizadas em 2023 (a disponibilizar publicamente em 2024) serão disponibilizadas informações mais detalhadas a respeito do VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania.

2. COLABORAÇÃO COM OS PROJETOS *TEAMUP! E MSCHOOLS*

Embora a ERC tenha vindo a desenvolver maioritariamente atividades de LM dirigidas a menores de idade (nomeadamente sessões de sensibilização dinamizadas em contexto escolar), o regulador vem reconhecendo a necessidade de investir na promoção da literacia mediática dirigida a cidadãos adultos e sêniores. A convicção acerca dessa necessidade é fácil de perceber se considerarmos o fenómeno da disseminação de desinformação em linha (nomeadamente através das redes sociais onde muitos cidadãos dessas faixas etárias são utilizadores), mas também por outras questões reconhecíveis através das queixas e participações recebidas pela ERC, como a capacidade de distinguir informação de opinião ou a capacidade de reconhecer diferentes estereótipos (étnicos, de género) e identificar discurso de ódio. O projeto *TeamUp! – Media for adult education* captou o interesse da ERC precisamente por privilegiar os públicos adultos e por permitir que o regulador utilizasse a especificidade do seu trabalho como contributo.

No caso do *mSchools – Desafio de Educação para os Media 2022/2023*, o projeto mereceu o interesse do regulador por ter como objetivo incentivar boas práticas de educação para os *media* dinamizadas por agentes com um papel fundamental: os professores e as escolas nacionais, conferindo-lhes visibilidade e protagonismo. Com efeito, o envolvimento em iniciativas que dão visibilidade a agentes que promovem projetos ou atividades de LM – como é o caso da operação “7 dias com os *media*” (de que se falará adiante) é uma estratégia que a ERC tem adotado e que sai reforçada com as novas competências que lhe foram atribuídas através de alterações introduzidas à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP, Lei nº27/2007) após a transposição da Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisuais (DSCSA).

2.1 TEAM UP! – MEDIA FOR ADULT EDUCATION

«Um projeto transeuropeu que visa promover a literacia digital e a literacia mediática e da informação (MIL) dos adultos e produzir ferramentas mediáticas e digitais no Sul da Europa», assim se apresenta o [Team Up! – Media For adult education](#) no respetivo sítio de internet, devendo entender-se adultos como pessoas com idades entre os 18 e os 65 anos. Tal como referido no ponto da Visão Global, que antecipa os conteúdos do presente capítulo, este projeto tem por base a educação não formal, isto é, um processo de aprendizagem participativo e voluntário, assente no formando, na capacidade de reflexão individual e entre pares. É um processo que geralmente acontece fora do sistema de ensino formal, mas que o pode complementar.

O projeto *TeamUp!* é apoiado pela União Europeia ao abrigo do programa Erasmus +⁴ e resulta de um consórcio que envolve equipas de quatro países:

- Portugal, liderada pela [4Change](#), organização não-governamental;
- França, liderada pela [ERIM Equal Rights & Independent Media – Assisting nations and peoples in their development](#);
- Itália, liderada pela [FORMA.Azione - Il sapere per tutti](#);
- Grécia, liderada pela [Karpos](#)

⁴ A título de contextualização, refira-se que o projeto “*TeamUp!*” vem dar sequência ao projeto “*Speak Up!*” (que não contou com a participação de Portugal), igualmente financiado ao abrigo do programa Erasmus + da União Europeia, que visou integrar jovens migrantes recém-chegados através da utilização do vídeo, produção de rádio e formações em literacia mediática. Entre dezembro de 2019 e novembro de 2021, foram desenvolvidas e partilhadas com organizações, jornalistas e os cidadãos em geral diretrizes sobre produção de vídeo, literacia mediática, produção de *podcast* e trabalho com migrantes recém-chegados. Como resultado do projeto foi ainda publicado um manifesto sobre *media* e migração, com recomendações para os jornalistas quando escreverem sobre este tópico.

Tendo por base o conhecimento⁵ da atividade da ERC nesta área (nomeadamente ações de sensibilização realizadas em escolas), a 4Change propôs que a ERC integrasse a equipa portuguesa, que contou ainda com o apoio logístico da Rede de Bibliotecas de Lisboa.

Com uma duração de dois anos (2022 e 2023), o *TeamUp!* foi perspectivado com o objetivo de concretizar as seguintes etapas:

1. Desenvolvimento de um *Kit* de Ferramentas de Literacia dos *Media* e da Informação (LMI)⁶ e de um Currículo para Formação em LMI - (2022/2023);
2. Realização de uma formação conjunta inicial destinada aos membros das equipas de projeto dos países do consórcio (2022);
3. Formação gratuita em LMI para pessoas que trabalham ou têm interesse em trabalhar com adultos (educadores, professores, bibliotecários, ...) - (2022/2023);
4. Incentivo ao desenvolvimento de atividades para adultos dinamizadas pelos destinatários da formação e realizar sessões de *networking* entre os formadores e os dinamizadores dos *workshops* para troca de boas práticas - (2022/2023);
5. Promoção de uma “MIL’Athon”, isto é, uma maratona de LMI (com uma duração de cerca de uma semana) para realização de trabalho conjunto entre formadores e formandos dos diferentes países envolvidos - (2023).
6. Disponibilização pública, em livre acesso (em português, inglês, francês, italiano e grego) do *Kit* de Ferramentas de Literacia Mediática e da Informação (LMI) e do Currículo para Formação em LMI como recursos educativos - (2023).

No final do projeto é esperado que os formandos dos diferentes países que integraram o projeto “*TeamUp!*”, bem como os grupos de adultos destinatários dos *workshops* que os mesmos deverão dinamizar, tenham produzido recursos (vídeo, fotografias, *podcasts*) que possam ser utilizados na formação em educação para os *media* de mais pessoas, nomeadamente na sensibilização para as temáticas de inclusão privilegiadas pelo próprio currículo proposto.

ENVOLVIMENTO DA ERC NO PROJETO

Conforme referido, além do interesse em investir em projetos destinados a promover competências de literacia mediática de adultos⁷, outras motivações justificam o envolvimento do regulador neste projeto:

1. Foco do projeto numa proposta de currículo com temáticas de interesse para a regulação (ex: desinformação, discurso de ódio, estereótipos);
2. Destaque que o projeto dá à formação de novos facilitadores;
3. Potencial efeito multiplicador de facilitadores e conteúdos da MIL;
4. Oportunidade para testar experiência piloto – com potencial de replicação;
5. Aplicar e conhecer melhores ferramentas usadas na educação não formal;
6. Colaboração técnica interdisciplinar e com distintas experiências de MIL, como acontece, por exemplo, no caso do regulador e de uma ONG;
7. Potencial sinergia na produção e disseminação de materiais destinados a apoiar a formação de adultos.

Em 2022, a colaboração da ERC com o projeto concretizou-se sobretudo através da participação por duas técnicas na formação inicial destinada às equipas dos quatro países envolvidos, que decorreu de 20 a 24 de junho, em Atenas, e do seu posterior envolvimento como formadoras na primeira formação em Portugal destinada a pessoas que trabalham ou interessadas em trabalhar com públicos adultos, realizada em novembro, na Biblioteca de Belém, em Lisboa.

⁵ Recorde-se que a ERC já colaborara com a 4Change em 2019, durante o desenvolvimento do “Migrated”, projeto igualmente financiado pelo programa Erasmus +, que teve como objetivo a educação global para a cidadania, centrando-se nas migrações e nos direitos humanos e na sua valorização através da capacitação de professores, educadores e jovens para a utilização de ferramentas digitais e multimédia, incidindo sobre a literacia mediática, a informação e as novas tecnologias. No âmbito desse projeto, a ERC realizou sessões de literacia mediática (relacionadas com temáticas como liberdade de imprensa, liberdade de expressão, direitos humanos) em escolas de Lisboa que aceitaram colaborar com o projeto.

⁶ O projeto segue o conceito de *Media and Information Literacy* (MIL) – traduzido como Literacia do Media e da Informação - adotado e disseminado pela UNESCO.

⁷ De notar que, no passado, foram concretizadas pela ERC algumas ações de sensibilização que demonstraram a relevância do contacto com os cidadãos em idade adulta. Além das experiências realizadas em bibliotecas municipais em 2015/2016, refira-se ainda como exemplo a participação, em 2022, no “Festival Política” com a organização de um workshop sobre “Desinformação, Regulação dos Media e Literacia Mediática”, de que se falará adiante neste capítulo.

Contributo nos módulos relacionados com desinformação, discurso de ódio e estereótipos

A equipa da ERC contribuiu com formações relacionadas com os dois módulos do currículo em que se considerou ser mais pertinente o envolvimento do regulador, ou seja, o módulo sobre desinformação e falsas narrativas *online* e o módulo referente aos estereótipos e discursos de ódio, temáticas presentes na atividade de regulação e que convocam diretamente outras como sejam o rigor informativo, as representações de género e a diversidade sociocultural. Embora tendo por base os objetivos específicos e a metodologia definida pela equipa responsável pelo projeto, foram estruturadas sessões com exemplos identificados a partir de deliberações da ERC baseadas em queixas ou participações recebidas e diretamente relacionadas com as temáticas desses dois módulos.

FIG. 1 - REGISTOS FOTOGRÁFICOS RECOLHIDOS DURANTE A FORMAÇÃO DA EQUIPA DE FORMADORES DO TEAMUP! (JUNHO 22, ATENAS)



Fonte: Projeto TeamUp!

A inclusão de técnicas da ERC na formação da equipa do projeto permitiu trazer para o regulador conhecimento sobre o trabalho desenvolvido por organizações da sociedade civil no quadro do desenvolvimento de competências MIL junto de públicos jovens e adultos, bem como sobre a produção de recursos formativos menos expositivos e mais participativos podendo, desta forma, potenciar as ações de sensibilização em LM com os conteúdos da regulação para os *media* que vêm sendo desenvolvidos há vários anos.

Em termos de estrutura, essa formação inicial serviu para que os próprios formadores de cada país pudessem participar e testar conjuntamente os modelos de formações que iriam depois dinamizar com base em módulos dedicados à

aquisição de competências básicas de literacia para os *media* e informação, com ênfase na aquisição de ferramentas de literacia visual (vídeo e fotografia); literacia para a informação jornalística (produção e géneros jornalísticos, informação e desinformação); representações sociais nas redes sociais, estereótipos e discurso do ódio. O último dia dessa formação foi dedicado à construção do *draft* do [currículo para Formação em Literacia Mediática e da Informação \(LMI\)](#) a ser testado nas formações e disponibilizado como recurso no final do projeto.

2.2 MSCHOOLS – DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA (2022/2023)

Em setembro de 2022, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) iniciou formalmente a participação no projeto de literacia mediática de âmbito internacional “[Desafio de Educação para os Media](#)” (tradução adotada da versão original em castelhano “[Reto por la Educación Mediática](#)”), o qual tem por objetivo identificar, reconhecer, divulgar e melhorar, através do acesso a formação especializada, boas experiências de educação para os *media* concretizadas por professores com os seus alunos em escolas de diferentes âmbitos geográficos.

A oportunidade de desenvolvimento do projeto surge no grupo de trabalho de literacia mediática da *Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamerica (PRAI)*, que, através de um convite do regulador que o coordena, o *Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)*, foi desafiado a, durante o ano letivo 2022/2023, participar neste novo projeto de literacia mediática concebido e liderado pelo [mSchools](#), um programa educativo originário da Catalunha⁸.

Em termos de estrutura, o projeto “Desafio de Educação para os *Media*” está projetado para ser concretizado em três fases:

- **Numa primeira fase (setembro de 2022 a 2 de março de 2023)** – identificar, selecionar e reconhecer publicamente boas práticas de educação para os *media* realizadas por professores de escolas dos seis âmbitos geográficos - Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú, Portugal – ou seja, os âmbitos geográficos dos reguladores do audiovisual que aceitaram integrar o consórcio (além da ERC e do CAC, a CRC - *Comisión de Regulación de Comunicaciones*, da Colômbia, o CONCORTV - *Consejo Consultivo de Radio y Televisión*, do Peru, a ENACOM - *Ente Nacional de Comunicaciones*, da Argentina, e o IFT - *Instituto Federal de Telecomunicaciones*, do México);
- **Numa segunda fase (março a maio de 2023)** - contribuir, através de uma formação *online* gratuita, organizada pela equipa do programa mSchools, para melhorar a qualificação de professores de escolas dos referidos âmbitos geográficos no que respeita a criação de experiências de educação para os *media*, em particular com o objetivo de melhor integrar as tecnologias nessas experiências;
- **Numa terceira fase (junho de 2023)** - replicar as boas práticas identificadas e melhoradas com os professores nas fases 1 e 2, fazendo a publicação/promoção das experiências e dos recursos no *website* do mSchools (e em outros canais de comunicação das instituições parceiras). Ainda como hipótese, a possibilidade de alargar o acesso e partilha da formação a um maior número de docentes. Caso se realize, este novo desenvolvimento do projeto, à partida, deverá concretizar-se já no ano letivo 2023/2024.

⁸ Criado em 2013, o programa mSchools ajuda a promover a cidadania digital como elemento de uma educação sustentável e inclusiva, em que as tecnologias móveis surgem como facilitadoras da aprendizagem. Resulta de uma iniciativa público-privada, que envolve o [Mobile World Capital Barcelona \(MWCcapital\)](#), a [Generalitat da Catalunya](#), a autarquia de Barcelona e a [GSMA](#), associação que representa os interesses das operadoras de rede móvel em todo o mundo.

De acordo com informação facultada no site do programa, o seu objetivo é contribuir para a capacitação de alunos e professores para integrar tecnologias móveis na sala de aula, como oportunidade para potenciar novas formas de ensino e aprendizagem que melhorem o desempenho e a empregabilidade. Ao longo da sua existência, o “mSchools” tem vindo a constituir uma comunidade de docentes, investigadores e responsáveis de políticas públicas comprometidos em contribuir para fazer evoluir a educação através da promoção e do correto uso das tecnologias na própria educação. O mesmo é dizer que o programa pretende contribuir para que os educadores façam da transição digital uma realidade no seu dia a dia e para que os estudantes se convertam em cidadãos digitais ativos e responsáveis com as competências necessárias para lidar com a evolução do digital.

FIG. 2 – CALENDÁRIO DA PRIMEIRA FASE DO PROJETO “MSCHOOLS - DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)



Fonte: Programa *mSchools*

Os trabalhos inerentes à primeira fase, conforme mostra a Figura 2, tiveram oficialmente início em outubro de 2022, com previsão de conclusão em março de 2023, com o reconhecimento público, no [World Mobile Congress de Barcelona 2023](#), das seis experiências de educação para os *media* vencedoras do desafio (uma por cada âmbito geográfico), as quais deverão ser apresentadas pelos docentes por elas responsáveis presencialmente no próprio evento (com a deslocação e o acesso ao congresso a cargo do *mSchools*).

O desenvolvimento do trabalho inerente à primeira fase do projeto (que, em grande parte, foi dinamizada em 2022) implicou:

- Tradução para português dos documentos inerentes à convocatória do desafio ([regras](#) e [formulário](#)), bem como da própria página *online* de apresentação do projeto;
- O convite a dois parceiros institucionais nacionais com experiência tanto na área da educação em geral, como em particular na área da educação para os *media*: a Direção-Geral de Educação (DGE) e a Rede de Bibliotecas Escolares (RBE), com os quais articulou uma estratégia de rápida disseminação e convocação das candidaturas de professores e escolas portuguesas com boas práticas nesta área;
- Escolha de um perito nacional a indicar para membro do júri internacional - o regulador decidiu convidar Manuel Pinto⁹, experiente investigador nesta área com o qual a ERC tem tido oportunidade de colaborar;
- Análise e apreciação das 22 candidaturas recebidas em Portugal. A Figura 3 sistematiza informação sobre a lista dessas 22 candidaturas, com uma breve caracterização de cada uma, baseada na informação facultada pelos seus autores no formulário de candidatura.

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
1	Da sala de aula ao Estúdio: aprender com um Telejornal.	Agrupamento de Escolas de Freixo-Portugal	A experiência pedagógica foi posta em prática pela primeira vez em janeiro de 2020 e continua a ser feita, numa base semanal. Até à presente data, foram feitas 54 edições, envolvendo alunos de todas as faixas etárias e níveis de ensino.	O roteiro de atividades propõe educar a escuta, o olhar crítico de notícias e a produção de conteúdos a partir de fontes fidedignas. Um trabalho de leitura e seleção de fontes, redação e o alinhamento das notícias da escola e mundo. Da apresentação à edição, os jornalistas trabalham autonomamente.	A faixa etária dos alunos participantes vai dos 7 aos 15 anos de idade (1.º, 2.º e 3.º ciclos)	As matérias ou temáticas abordadas centram-se nas notícias da atualidade, os temas que os jornais trazem para as primeiras páginas ou os acontecimentos mais importantes da escola ou ainda os conteúdos das disciplinas.	https://youtu.be/OoRT8fhOtQ

⁹ No *website* do MILOBS – Observatório, *Media*, Informação e Literacia é disponibilizado um perfil deste perito: <https://milobs.pt/investigacao/manuel-pinto/>.

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
2	Literacia dos <i>Media</i>	Escola Secundária Leal da Câmara	Iniciou-se em setembro de 2022 e vai decorrer até junho de 2023.	Desenvolvimento de um currículo de literacia mediática em duas turmas de 10.º ano, na disciplina Projeto de Turma. Semanalmente (45 min. em cada turma), são desenvolvidas atividades no âmbito de um currículo elaborado pelo docente e validado por uma instituição de ensino superior: http://bit.ly/lm2223	14-16	Projeto de Turma (disciplina de oferta de escola)	https://www.youtube.com/watch?v=OK3xAadFXQo
3	Onlife.com@BEMM \ <i>Media</i> e Informação	AE Marquês de Marialva, Cantanhede	Início em 2021-2022 e continuidade em 2022-2023.	Após sessões sensibilizadoras, implementaram-se percursos didáticos de Literacia dos Media (LM) e Literacia da Informação (LI), na escola e em família, privilegiando-se a criação e produção colaborativa de conteúdos multimodais, reforçados pela campanha “Sempre ALERTA!”, dirigida à comunidade.	Alunos dos 4.º, 5.º e 7.º anos: entre 9 a 12 anos	4.º ano: Estudo do Meio, Português e Cidadania e Desenvolvimento; 5.º ano: Cidadania e Desenvolvimento, Apoio ao Estudo e DTA (aula com Diretor de Turma) 7.º A: Português, Matemática, Geografia, Tecnologia da Informação e Comunicação e DTA (aula com Diretor de Turma)	https://youtu.be/TXnMTC3mNmY
4	TU és TU <i>online</i> ?	Agrupamento de Escolas de Arouca: EB1 de Alvarenga; EB1 de Canelas; EB1 Arouca; EB1 Burgo; EB1 Boavista; EB1 Rossas; EB1 Moldes; EB1 Ponte de Telhe	Ano letivo: 2021-2022; Duração: de fevereiro a maio de 2022.	No âmbito do projeto IPRO (Iniciação à Programação no 1.º Ciclo), em articulação com a Biblioteca Escolar, os alunos do 4.º ano realizaram e divulgaram origamis “Quantos-queres?”, dramatizações gravadas em vídeo e animações na plataforma ubbu (plataforma digital que ensina programação).	9 - 10 anos	Português, Educação Artística, Oferta Complementar (IPRO)	https://youtu.be/eZ35DR2bKC4
5	Informação e desinformação - Literacia dos <i>media</i> em tempo de Covid-19	Escola Secundária São Pedro	2020 - 3.º período (março a maio de 2020)	Experiência de aprendizagem de articulação entre a Biblioteca Escolar e as disciplinas de Cidadania e Filosofia para desenvolvimento do currículo, nos domínios das Literacias Mediática, da Informação e Digitais, durante a situação pandémica.	Alunos de 13 anos (8º ano) e 16 anos (11º ano)	Cidadania e Filosofia	https://rbeurl.pt/402874/Literaciadosmedia/video/apresenta%C3%A7%C3%A3o
6	Campeonato PesquisOAz	Agrupamento de Escolas Dr. Ferreira da Silva	A atividade teve o seu início, com um programa experimental (ano zero), no ano letivo 2017/2018, sendo em fevereiro de 2019, na sua 1.ª edição, que o projeto teve a dimensão e o impacto esperados. Em março de 2022, foi a última vez que a iniciativa foi colocada em prática, na sala de aula e na biblioteca escolar, durante a Semana da Leitura.	O PesquisOAz é um campeonato interconcelhio de pesquisa, seleção e avaliação de informação em linha para alunos de 2.º ciclo, 3.º ciclo e ensino secundário, com duas fases: a de escola e a final. Tem como parceiros o CFAE AVCOA, a Biblioteca Municipal Ferreira de Castro e a Câmara Municipal.	Dos 11 aos 18 anos	Tecnologias de Informação e Comunicação, Oferta Complementar, Articulação de Saberes, Educação Moral e Religiosa Católica, Cidadania	https://youtu.be/A77ZdIJR8uA

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
7	Projeto Jornal Digit@l_Mente	AE Carlos Amarante / EB1 de Gualtar	2020/2021; 2021/2022	O Projeto “Digit@l_Mente” (https://aecabibliotecas.wixsite.com/digitalmente) visou promover competências de escrita através da elaboração de um jornal online pelos alunos dos 3º e 4º anos, partindo de experiências de leitura e atividades de exploração desenvolvidas ao longo do projeto.	8-10 anos	Português, Estudo do Meio e Cidadania e Desenvolvimento	https://youtu.be/HNzCamI9NpM
8	Literacia dos <i>media</i> : sou jornalista	Agrupamento de Escolas de Vendas Novas	Foi criada em 2019 e todos os anos é colocada em prática. No presente ano letivo (2022/2023) já foi realizada em outubro, criando-se desta forma práticas sistemáticas no âmbito da literacia dos <i>Media</i> e trabalho curricular/ colaborativo entre os docentes e a Biblioteca Escolar.	Experiência de articulação entre Biblioteca Escolar, TIC e Português com alunos do 6.º ano. Após reflexão do significado de Literacia dos <i>Media</i> , notícia, estilos de notícia / credibilidade e partindo de uma história contada, os alunos são convidados a fazerem de jornalistas e a escrever uma notícia.	Idades compreendidas entre os 11 e 12 anos.	Português, TIC e Cidadania e Desenvolvimento.	https://youtu.be/7qHYYPmW
9	Educação para os <i>media</i> : formar cidadãos <i>media</i> competentes	Agrupamento de Escolas Gândara Mar (Escola EBS João Garcia Bacelar)	2022 (de 19 de janeiro a 2 de fevereiro) - trabalho autónomo, em casa, e dois tempos letivos	O estudo dos <i>media</i> e do seu impacto iniciou-se com o visionamento de um vídeo e resposta a questões de reflexão num mural digital. Na Biblioteca, discutiram-se e aprofundaram-se conteúdos de Literacia dos <i>media</i> , a fim de definir conceitos e perspetivar o que é ser um “cidadão <i>media</i> competente”	12 anos, maioritariamente (alunos de 7.º ano)	Cidadania e Desenvolvimento	https://youtu.be/Z1rIM6bEPHl
10	Sei que não vou por aí - Notícias falsas e Teorias da Conspiração	Escola Secundária de Amares	Criada em novembro de 2021; a ser repetida em novembro de 2022	Esta atividade formativa surgiu da necessidade de promover a compreensão de fenómenos como a desinformação, as notícias falsas e as teorias da conspiração, muito disseminadas entre os jovens, desenvolvendo neles o sentido crítico e as competências de análise crítica dos <i>media</i> e da informação.	15-17 anos	Filosofia; Cidadania; TIC	https://www.canva.com/design/DARRGH2Q/r0j0p0wRf0GRK8p0/wdch?utm_content=DARRGH2Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
11	Tecnologia Com Sabedoria	Agrupamento de Escolas de Cristelo (Escola Básica de Duas Igrejas e Escola Básica de Sobrosa)	A atividade teve início no ano letivo 2019-2020, ainda antes do confinamento devido à Pandemia da COVID-19. No início desse ano letivo houve uma profunda reflexão acerca da qualidade e da quantidade do tempo dos alunos nos ecrãs, nomeadamente do pré-escolar e primeiro ciclo. Essa necessidade teve ainda uma maior pertinência no confinamento, apostando-se na continuação das sessões, com uma vertente formativa, junto dos alunos e dos encarregados de educação, tendo a última ocorrido no mês de fevereiro de 2022.	Foi realizada uma sessão por turma, do 2.º ao 4.º anos de escolaridade, da EB de Duas Igrejas e da EB de Sobrosa. Sessões de aproximadamente 60 minutos. O suporte básico para a realização das sessões foi a apresentação de casos práticos e notícias, que relevam os possíveis problemas com a tecnologia	Alunos: 7 aos 9 anos (do 2.º ao 4.º ano de escolaridade). Encarregados de Educação, abrangendo crianças do pré-escolar e do primeiro ciclo, da Escola Básica de Duas Igrejas e da Escola Básica de Sobrosa.	Todas as disciplinas foram implicadas, uma vez que os professores titulares também foram envolvidos nas diferentes fases de preparação e operacionalização do Projeto. Do currículo do 1º ciclo foram mobilizados, em particular, conhecimentos relacionados com as TIC e a Cidadania	https://youtu.be/PSbo2mk5yB0
12	Sessão de Literacia dos Media para turmas do 10.º ano	Escola Básica e Secundária de S. Martinho do Porto	2021, sendo a única vez em que a atividade foi implementada.	Sessão formativa, de 100 minutos cada, para duas turmas do 10.º ano, numa articulação entre a Biblioteca Escolar e a disciplina de Filosofia. O objetivo foi, no âmbito da Literacia dos Media, promover conhecimentos relacionados com a utilização dos media digitais e com a desinformação.	15/ 16 anos	Filosofia	https://youtu.be/dfxG56Te2I0
13	O C3 É A BIBLIOTECA COM A ESCOLA LÁ DENTRO	Agrupamento de Escolas de Ovar Sul	Setembro 2019 a junho 2022	O Clube de Comunicação e Criatividade (C3) tem como eixo central a Biblioteca Escolar. Foi criado em 2018 e tem como objetivo principal agregar todos os projetos do agrupamento. Vídeo de apresentação do C3 – Já sabem da novidade? https://www.youtube.com/watch?v=ZoSV5d_9l0Q	6 aos 18 anos	Português, Cidadania e Desenvolvimento, Educação + Digital, Línguas Estrangeiras, História, Ed Visual, Ed. Musical, Ciências, Matemática, Geografia, Filosofia, Educação Socioemocional ...	https://www.youtube.com/watch?v=xzPmWy3kNE
14	Uma escola livre de plágio	Escola secundária de Vila Verde, Braga	2020/21, 1ª vez e 2021/22, última vez	Dinamização de sessões sobre pesquisa e tratamento de informação e concurso intitulado “Não ao Plágio!”, como produto final; ajuda na realização de trabalhos escolares, na seleção de fontes, na estruturação interna, na revisão de texto e na referenciação bibliográfica.	Dos 15 aos 18 anos	Português, Inglês, TIC, Área de Integração	https://youtu.be/izfSEhc9-wU

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
15	Alimentação saudável e a sedução da publicidade	Agrupamento de Escolas Luísa Todi; Ebn.º 6 de Setúbal - Monte Belo	Entre 14 e 30 de outubro de 2020. Foi criada e implementada em outubro de 2020, a propósito do tema do Mês Internacional das Bibliotecas Escolares – “Descobrir caminhos para a saúde e o bem-estar”.	No âmbito do tema do MIBE 2020, as turmas visualizaram e analisaram anúncios publicitários sobre produtos alimentares e dialogaram sobre os maus hábitos que podem fomentar. Posteriormente, pesquisaram, trataram a informação e editaram cartazes digitais, fazendo apelo à dieta mediterrânica.	Idades compreendidas entre 8 e 10 anos	Foram trabalhadas aprendizagens essenciais: Português (oralidade, comunicação e expressão escrita); Cidadania (educação para os media e educação para a saúde); TIC (comunicar e colaborar) e Estudo do Meio (sociedade – estilos de vida saudável).	https://youtu.be/SfEogQIRzrw
16	TV na Maior	Escola Secundária de Santa Maria Maior	Projeto criado em 2016 e colocado em prática todos os anos letivos, desde então.	A TV na Maior é um canal de televisão escolar com produção de noticiários, reportagens, trabalhos de entrevista e documentário, revista de imprensa e crítica literária, fruto da parceria entre a Biblioteca Escolar e o Curso Profissional de Audiovisuais.	15-18 anos	Disciplinas do Curso Profissional de Técnico de Audiovisuais, Português, todas as disciplinas envolvidas na conceção e na realização de notícias e reportagens (articulação continuada com os Departamento de Línguas Estrangeiras, Português, Ciências Sociais e Humanas, Matemática e Ciências Experimentais).	https://www.youtube.com/watch?v=P8qNpP0oNp8
17	Literacia para os Media	Agrupamento de Escolas do Cerco do Porto, Porto	Setembro de 2019 e continua a acontecer	Durante oito semanas e durante 180 minutos (dois blocos semanais), alunos de quatro turmas do 5.º, 6.º, 7.º e 8.º anos são convidados a pensar nos media e nas implicações dos media no dia a dia, de uma forma articulada com as AE das disciplinas de Português, Matemática, EV, C. Naturais, F Q e Geografia.	10, 11, 12 e 13 anos	Tendo por base o Referencial de Educação para os Media, fomos cruzando com as aprendizagens curriculares de Português, Matemática, Educação Visual, Ciências Naturais, Ciências Físico Químicas e Geografia.	https://youtu.be/VOUicKsfuNw
18	Semana da Cultura Científica	Agrupamento de Escolas Viseu Norte	A interligação entre os Media e a Semana da Cultura Científica foi criada, pela primeira vez, em novembro de 2018. A partir desse ano, durante a semana, para assinalar esta efeméride são selecionados textos informativos retirados de jornais e revistas que são analisados, tendo em conta os temas 1 e 2 do Referencial de Educação para os Media.	Os alunos, após trabalharem os textos na disciplina de português, partilham-nos com outros alunos da escola, levando assim os Media e a Ciência para fora de portas. São ainda promovidos desafios e atividades no âmbito dos Media de forma a promover a Ciência.	Entre 10 e 15 anos.	Português, Ciências Naturais, Físico-Química e Cidadania e Desenvolvimento.	https://youtu.be/Rbds_8Sebpo

FIG. 3 LISTA DAS 22 EXPERIÊNCIAS CANDIDATAS EM PORTUGAL AO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA” (2022/2023)

Sobre as experiências portuguesas que se candidataram							
N.º da experiência	Título	Estabelecimento de Ensino em Portugal	Período em que foi realizada	Breve descrição	Faixa etária dos alunos abrangidos (dos 6 aos 18 anos)	Disciplinas implicadas	Hiperligação para o Vídeo de Apresentação
19	Palavras&Cã - Jornal Escolar	Escola Profissional de Desenvolvimento Rural de Alter do Chão	Palavras&Cã é um projeto que se encontra a ser implementado pela Biblioteca Escolar desde 2015 até à presente data.	O Jornal Palavras&Cã é uma iniciativa da Biblioteca Escolar (BECRE) de distribuição gratuita, com periodicidade bianual e que tem, entre outros, os objetivos de estimular o sentido de pertença a uma comunidade e valorizar o trabalho desenvolvido na EPDRAC.	Entre os 14 e os 18 anos.	Área de Integração, Educação Física, Empreendedorismo, Português, Inglês, Turismo de Equitação, Equitação, Técnica de Produção Agrícola,...	https://www.youtube.com/watch?v=Vutt95fvmk
20	Rádio Vale do Tamel - WebRádio Educativa	Escola Básica e Secundária Vale do Tamel	O projeto/ experiência foi criado em 2009 e é posto em prática continuamente desde que foi criado (até à presente data).	Uma experiência pedagógica que tem proporcionando a todos o conhecimento e a partilha de novos estilos, formatos e formas de expressão. Na prática, uma ferramenta educativa indispensável para a Sociabilização participativa e uma Cidadania Digital ativa e responsável.	Dos 4 aos 18 anos.	As matérias incluídas no âmbito da educação para os media.	http://videos.sapo.pt/Kg78DCHWhuyUuT00sgZ
21	Redação Jornal Ria Azul - um projeto de educação para os media, mesmo em tempos de crise	Agrupamento de Escolas João da Rosa	2019-2021	O nosso projeto de educação para os media consistiu na criação de uma redação de alunos que passaria por três formatos jornalísticos - papel, vídeo e digital. Em 2019, a edição em papel dedicada ao ambiente; 2020, o vídeo ultrapassou fronteiras do confinamento; 2021, passou a história para o digital	12-16	Cidadania e Desenvolvimento; TIC; Português; História; Ciências Naturais	https://youtu.be/P0uXGfHGSU
22	REPÓRTER XS – faz uma reportagem sobre a tua escola!	Agrupamento de Escolas Barbosa du Bocage - Escola Básica Barbosa du Bocage	A experiência foi criada no ano letivo 21/ 22 e desenvolvida nesse mesmo ano, para replicação nos anos seguintes. Desenvolvido ao longo dos 2.º e 3.º períodos com seis sessões presenciais de 50 minutos (sessões síncronas e assíncronas).	A experiência foi realizada em articulação com a biblioteca escolar, TIC e Português, envolvendo os alunos do 6.º ano. Após uma reflexão sobre aspetos de Literacia dos media e o âmbito e a estrutura de uma reportagem, como género jornalístico, os alunos são convidados a ser repórteres por um dia.	Idades compreendidas entre os 11 e 12 anos.	As disciplinas implicadas foram: TIC, Português e Cidadania.	https://youtu.be/O13lQdfhx4

No sítio da ERC é facultada informação mais detalhada sobre cada uma destas 22 experiências: <https://www.erc.pt/pt/fs/experiencias-de-educacao-para-os-media-de-portugal-candidatas-ao-desafio-de-educacao-para-os-media-2022-2023>.



3. ATIVIDADES DE ÂMBITO NACIONAL

3.1 PARTICIPAÇÃO EM INICIATIVAS DE LITERACIA MEDIÁTICA COM FOCO NA DESINFORMAÇÃO ONLINE

Habitualmente, a ERC realiza sessões de sensibilização com o objetivo de promover o desenvolvimento de competências de literacia mediática em relação a temáticas relacionadas com os *media* diretamente implicadas na atividade de regulação. Essas sessões são, igualmente, uma oportunidade para familiarizar os participantes com a missão e o trabalho do regulador. Em 2022, foram agendadas algumas sessões tendo por base convites externos de diferentes agentes, tendo como denominador comum o foco na temática da desinformação e das falsas narrativas *online*.

SESSÃO COM O COLÉGIO JOÃO DE BARROS (NO ÂMBITO DO PARLAMENTO DOS JOVENS)

No âmbito da sua participação na edição de 2022 do programa Parlamento dos Jovens, alunos do ensino secundário e professores do Colégio João de Barros (Leiria) convidaram a ERC para um debate dedicado à temática “*Fake news: o impacto da desinformação na democracia*”, precisamente o tema proposta para o ensino secundário¹⁰ na edição desse ano deste programa promovido pela Assembleia da República junto das escolas. A participação da ERC na iniciativa implicou a resposta ao seguinte conjunto de questões dos alunos:

- Do que surgiram as preocupações, cada vez mais crescentes, de abordar a desinformação nos relatórios de regulação preparados pela ERC?
- Consideram que a sociedade tem hoje mais capacidade de interpretação das mensagens divulgadas pelos *media*? Ou a iliteracia ainda é um problema a combater?
- Em resposta e solução, deve a ERC ser um dos intervenientes a colaborar no desenvolvimento de uma agenda pela literacia mediática (a nível nacional)?
- A ERC, como entidade reguladora, espera assumir mais competências e áreas de regulação — na consequência da evolução e modernização dos canais de difusão de informação?
- É referido no relatório de regulação de 2020 que «tais narrativas [informações falsas, concebidas para intencionalmente causar dano público ou obter lucro] podem nem sequer conter informação com conteúdo ilegal, como aconteceria se veiculassem discurso de ódio, incitamento à violência, terrorismo, pornografia infantil, a qual está sujeita a remédios regulatórios próprios sob a lei europeia ou nacional, embora sejam potencialmente nocivas para a formação da opinião pública e, por isso, para sustentação da sociedade democracia». Acreditam que as novas práticas de ódio e disseminação de desinformação *online* devem ser criminalizadas e/ou reguladas? Ou que se deve, por outro lado, manter a legislação em vigor, apenas regulando aquilo que a fere?
- Apesar das várias preocupações mostradas recentemente a respeito do maltratar da liberdade de expressão, no seu 5.º ano de criação, em 2011, a ERC emitiu uma contra-ordenação a um humorista. Pode ser a legislação para a desinformação uma porta à reprimenda/censura e à regulação subjetiva de situações como a enunciada?
- Quais são, para a entidade reguladora, os limites da opinião e incitação ao ódio — conceitos importantes à perceção naquilo que se concetualiza como ‘disseminação de desinformação’, e colocados em discórdia, por exemplo, numa entrevista de Mário Machado?

¹⁰ No caso do ensino básico o tema proposto pela iniciativa Parlamento dos Jovens foi “*Fake news: que estratégias para combater a desinformação?*”.

Na sua resposta, em resumo, a ERC :

- Explicou que a preocupação em evidenciar questões relacionadas com o fenómeno da desinformação é um resultado da evolução natural das linhas de trabalho do regulador (nomeadamente a Linha de trabalho sobre *Media* Digitais que integra o plano de trabalho da ERC desde 2014) e das preocupações que a regulação de conteúdos em plataformas digitais vem gerando ao nível das instâncias europeias e nacionais, sobretudo a partir de 2018.
- Enfatizou que a promoção da educação para os *media* e da literacia mediática é uma dimensão relevante das políticas públicas multissetoriais que envolve agentes de várias esferas, nomeadamente a própria ERC que desde 2009 participa na organização e promoção de iniciativas relacionadas com esta área.
- Esclareceu que, relativamente às expectativas em relação a novas competências e áreas de regulação, através de alterações introduzidas à Lei da Televisão (em resultado da transposição para a ordem jurídica nacional da Diretiva EU 2018/1808,) a ERC passou a gozar, desde fevereiro de 2021, de um conjunto de novas competências respeitantes a serviços de comunicação *online*, sendo uma das mais relevantes o facto de os fornecedores de serviços de plataformas de partilha de vídeos (PPV) sediados em Portugal terem passado a estar sob regulação da ERC, sendo-lhes imposto um conjunto alargado de deveres que levam em consideração a proteção do público em geral, das crianças e jovens e dos consumidores. No que respeita a LM, com a ERC a ter o papel de avaliar a adequação e eficácia das soluções adotadas por esses fornecedores em relação às medidas e instrumentos eficazes em matéria de literacia mediática e sensibilização dos utilizadores para essas medidas e instrumentos desenvolvidos por essas plataformas. Foi igualmente esclarecido que a ERC passou a ter a atribuição de, de três em três anos, fazer um relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática no país (a apresentar ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social para que o mesmo o remeta posteriormente à Comissão Europeia);
- Relativamente à hipótese de criminalização e regulação de novas práticas de discurso de ódio e desinformação *online*, recordou que o discurso de ódio e de incentivo à xenofobia, entre outras práticas de discriminação, assim como, mais recentemente, as novas formas de desinformação têm sido acauteladas em vários diplomas e manifestos de princípios com origem nos reguladores, nas empresas e na sociedade civil (exemplos: Recomendações do Conselho da Europa em relação ao discurso de ódio; o Plano de Ação contra a Desinformação da União Europeia e a Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital);
- No que refere à dicotomia regulação da desinformação/perigo da liberdade de expressão, a ERC notou que as imposições regulatórias não constituem restrições, nem assim devem ser compreendidas, recordando que o direito à liberdade de expressão, da imprensa e da comunicação social estão presentes na Constituição da República Portuguesa, bem como a previsão da existência de um órgão administrativo (como a ERC) que regule o setor dos órgãos de comunicação social enquanto garante do livre exercício da liberdade de imprensa. Clarificou que o caso “Rui Sinel de Cordes – Especial de Natal”, não se enquadra na definição de desinformação, mas trata-se, outro sim, de um programa humorístico.
- Defendeu que os limites da opinião e incitação ao ódio são os que constam da Constituição e das leis sectoriais. Por relação ao caso, igualmente convocado pelos alunos para debate, relacionado com uma entrevista a Mário Machado na TVI argumentou-se que, após análise da intervenção do entrevistado, não existiu incitamento ao ódio, estando a entrevista concedida e o conteúdo nela veiculado a coberto da liberdade editorial da operadora e da liberdade de expressão do entrevistado.

Ainda a propósito da edição 2022 do Programa Parlamento dos Jovens, recorde-se que o capítulo sobre as atividades de literacia mediática da ERC em 2021 (“Relatório de Regulação de 2021”, página 142) dá conta de uma sessão em que participaram 80 alunos do 10.º ano do Instituto de Formação Profissional da Universidade CESPU, de Paredes (distrito do Porto).

WORKSHOPS NO ÂMBITO DA EDIÇÃO 22 DO FESTIVAL POLÍTICA

Conforme refere o seu *website* ([tps://festivalpolitica.pt](https://festivalpolitica.pt)), o Festival Política é uma iniciativa criada em 2017 pela Associação Isonomia¹¹, uma organização não-governamental que tem como objetivo promover a participação cívica, a defesa dos direitos humanos e o combate à abstenção. Seguindo a linha de trabalho da associação, os eixos programáticos do festival são:

- Aprofundar a consciência cívica, incitar à participação eleitoral e reforçar a Democracia;
- Promover e defender os Direitos Humanos;
- Combater a discriminação em todas as suas variantes e alcances, promovendo a tolerância e a aceitação e valorização do que é diferente;
- Promover a inclusão e o acesso à informação dos grupos sociais mais distanciados dos processos formais de decisão, nomeadamente os jovens e, em especial, portadores de deficiência e oriundos de territórios marginalizados;
- Reforço da participação social dos jovens, nomeadamente o seu envolvimento na comunidade, promovendo a sua participação ativa nos processos de tomada de decisão.

Desde a sua primeira edição o Festival Política coloca o foco numa temática. Em 2022 esse foco foi na temática da desinformação, que, em termos de programação, a organização da iniciativa decidiu explorar em três dimensões: 1) Desinformação enquanto ameaça à democracia e aos processos eleitorais; 2) Desinformação enquanto fator para a polarização da sociedade e fomento da discriminação e marginalização de grupos populacionais; 3) Desinformação enquanto elemento que mina a confiança dos cidadãos nos meios de comunicação social e no jornalismo. É nesse quadro que surge o convite para a ERC integrar a iniciativa, o que veio a acontecer através da realização do **workshop “Desinformação, regulação e literacia mediática”** em dois momentos do ano e em duas cidades do País: no dia 5 de maio, no Centro de Juventude de Braga (aberto a todos os públicos); no dia 22 de setembro foi dinamizado um *workshop* especificamente dirigido ao público escola da Escola Secundária de Loulé (acolhido no auditório da escola) e um aberto a todos os públicos (realizado no Auditório Gama Lobo).

FIG. 4 - IMAGEM PROMOCIONAL DO WORKSHOP DA ERC NO FESTIVAL POLÍTICA 2022



Fonte: Festival Política

FIG. 5 - REGISTOS FOTOGRÁFICOS DOS WORKSHOPS DA ERC REALIZADOS EM LOULÉ NO ÂMBITO DA EDIÇÃO 2022 DO FESTIVAL POLÍTICA



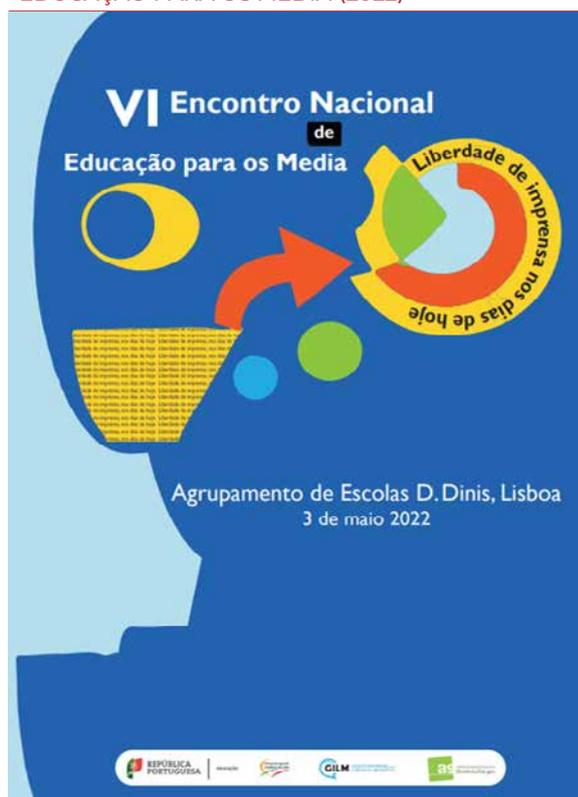
Fonte das imagens: Festival Política (2022). Imagem do *workshop* dinamizado no Auditório Gama Lobo (à esquerda) e na Escola Secundária de Loulé (à direita).

11 Desde a sua primeira edição, em 2017, insere-se no programa das comemorações da revolução de Abril de 74 do Município de Lisboa, estando presente em Braga desde 2019.

O *workshop* dinamizado por quadros técnicos da ERC propunha um exercício de análise, reflexão e debate em torno dos eixos Desinformação – Regulação – Literacia dos *Media*, utilizando como exemplo conteúdos visados em denúncias recebidas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) como sendo potenciais casos de desinformação, nomeadamente sobre temas da atualidade, como a pandemia de covid-19 ou a guerra Rússia-Ucrânia. Entre os objetivos da iniciativa estiveram a oportunidade de compreender e esclarecer os desafios que o combate à desinformação pode colocar a quem tem a missão de regular a atividade da comunicação social e a reflexão sobre o potencial da capacitação do cidadão para lidar de forma crítica e informada com este (e outros) desafio(s) que os *media* colocam.

VI ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA

FIG. 6 - IMAGEM DO VI ENCONTRO NACIONAL DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA (2022)



No contexto do VI Encontro Nacional de Educação para os *Media* – “Liberdade de Imprensa nos dias de hoje”, iniciativa realizada no dia 3 de maio de 2022, no Agrupamento de Escolas D. Dinis, em Lisboa, a ERC foi convidada a realizar um *workshop* com o mote “Educar para os *media*: saber ler”. Atendendo aos objetivos, foi dinamizada por técnicas do regulador uma sessão – híbrida (em presença na escola, mas com possibilidade de participação *online*) – baseada no *workshop* “Desinformação, Regulação e Literacia Mediática” apresentado durante o Festival Política.

A par do *workshop* da ERC, durante o encontro, foram apresentados mais dois: “Educar para os *media*: saber fazer – Utilização responsável do *smartphone*”, com a participação do jornalista Ricardo Dias, do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas e “Educar para os *media*: saber gerir - Gestão da informação mediática nos jovens, em particular em tempos de incerteza”, dinamizado por Sofia Ramalho, Vice-presidente da Ordem dos Psicólogos Portugueses.

O VI Encontro Nacional de Educação para os *Media* foi promovido pela Direção-Geral da Educação (DGE) com a parceria do GILM - Grupo Informal sobre Literacia-Mediática (de que tanto a DGE como a ERC são membros-permanentes) e do Centro de Formação António Sérgio, sendo uma das iniciativas que

marca o arranque dos “7 dias com os *media* 2022”, operação de promoção da literacia mediática de qual se falará em seguida e à qual a ERC também associou o *workshop* dinamizado em Braga durante o Festival Política.

Sessão na Universidade Lusófona do Porto

No dia 10 de fevereiro, a coordenação do Mestrado de Literacia Mediática e Cidadania Digital da Universidade Lusófona do Porto convidou a ERC a participar numa aula de mestrado, em modo virtual, com o objetivo de apresentar aos alunos de mestrado o trabalho de Literacia Mediática que vem sendo desenvolvido pelo regulador.

Além da apresentação da ERC, este encontro contou ainda com apresentações sobre os projetos e o trabalho de três especialistas em literacia mediática brasileiros: Cristiane Parente, Professora e Investigadora; Alexandre Sayad, Diretor sa ZeitGeist e *co-chairman* da Unesco MIL Alliance, a investigadora Daniele Próspero. A aula decorreu com base nas apresentações dos oradores convidados e debate entre todos os intervenientes na sessão. Cristiane Parente iniciou a aula com uma apresentação da sua visão sobre a importância da literacia mediática, Danielle apresentou o seu projeto de envolvimento da comunidade e Alexandre Sayad fez uma reflexão baseada nas ideias dos projetos que tem em curso.

A apresentação da ERC consistiu num breve histórico sobre o modo como a literacia mediática se tem vindo a enquadrar na missão do regulador ao longo dos tempos (considerando o enquadramento legal que lhe serve de base). Esse histórico foi igualmente apoiado no revisitar de alguns dos projetos (alguns dos quais mencionados no presente capítulo) que têm definido a ação no terreno, bem como a ação em colaboração com diferentes parceiros, tanto a nível nacional, como internacional.

3.2 INICIATIVAS REALIZADAS NO ÂMBITO DO GILM

Dando seguimento ao compromisso que vem assumindo há vários anos na qualidade de membro permanente do [GILM](#), em 2022 a ERC volta a integrar dois grupos de trabalho especificamente orientados para a organização de duas iniciativas que são já uma imagem de marca desta rede: a décima edição da operação [“7 dias com os media”](#)¹² e o [VI Congresso Literacia, Media e Cidadania](#).

Relativamente à organização dessas iniciativas, importa começar por assinalar a mudança de domínio das *webpage* originais: a operação “7 dias com os media”, inicialmente disponível em [www.7diascomosmedia.pt](#), passou a estar disponível no endereço [www.7diascomosmedia.gilm.pt](#); o Congresso Literacia, Media e Cidadania transitou de [www.congressolmc.pt](#) para [www.congressolmc.gilm.pt](#). De referir que no caso dos “7 dias com os media” houve dificuldades relacionadas com a disponibilização da *webpage* na sua nova localização que acabariam por afetar a sua visibilidade *online*.

“7 dias com os media 2022”

Em 2022, o GILM celebrou os dez anos da operação “7 dias com os Media”, tendo decidido destacar como temática da edição **“Eu, as Redes Sociais e os Media: que relação é esta?”**. A escolha dessa tónica esteve diretamente relacionada com o contexto de progressiva saída das restrições inerentes à pandemia de Covid-19, durante a qual disparou o número de utilizadores em muitas plataformas digitais e redes sociais (algumas delas ganhando uma relevância que não tinham tido até então). A ideia do Grupo era contribuir para uma reflexão sobre as experiências e aprendizagens que resultaram dessa maior presença digital e dos media em geral. “Nós e os media – o que mudou ou não nesta relação?”; “Estar *online* e o bem-estar digital”; “As Redes sociais e os mundos que as suas imagens constroem”; foram três eixos propostos para lançar o debate.

FIG. 7 IMAGEM DA EDIÇÃO 2022 DA OPERAÇÃO “7 DIAS COM OS MEDIA”



Um total de [25 projetos/atividades](#) fizeram o seu registo no sítio da operação, sendo que em outros casos houve participantes que o fizeram nas próprias redes sociais através de hashtags. Os agrupamentos escolares destacaram-se uma vez mais por serem aqueles que registaram maior número de projetos (com presença de atividades/projetos de diferentes partes do País: Oliveira de Azeméis; Barcelos; Vila Nova de Gaia; Porto; Esposende; Sines; Arronches; Lisboa; Odivelas; Povoação nos Açores; Vila Real; Albergaria-a-velha). Algumas universidades registaram a sua adesão à operação, como foi o caso da Universidade de Coimbra, o Politécnico de Coimbra e a Escola Superior de Comunicação Social (Lisboa). De notar que, embora alguns

tenham aderido à temática proposta para a edição, foram registadas atividades e projetos ligados a, entre outras, temáticas como a da desinformação e a da guerra em relação com a liberdade de expressão.

Além da já referida parceria com a DGE a propósito do VI Encontro Nacional de Educação para os Media, o GILM também apoiou, em colaboração com o Cenjor, o **lançamento pelo programa MediaSmart de um novo recurso educativo: a Lição sobre Igualdade de Género em Publicidade**. De acordo com o *MediaSmart*, o recurso foi pensado para ajudar os professores a abordarem em sala de aula a temática da Igualdade de Género nas suas diferentes dimensões, sensibilizando os mais jovens para a distinção entre os conceitos de sexo e género, os estereótipos e as escolhas, entre outros, sendo adequado para alunos dos 12 aos 14 de idade.

O [vídeo da sessão](#) de apresentação encontra-se disponível no canal do GILM no Youtube, de onde foi transmitido em direto no dia 5 de maio, a partir do Palácio Galveias (Lisboa), e o recurso encontra-se [disponível para download](#) no site do *MediaSmart*.

¹² Iniciativa de âmbito nacional organizada pelo GILM desde 2013. Tem como objetivo a promoção da literacia mediática, através da partilha de projetos/atividades nesta área, dando-lhe visibilidade na página *web* criada para registo desses projetos/atividades. Esta operação apresenta-se como a semana portuguesa dedicada à literacia mediática (um tipo de iniciativa que também existe em outros países). Simbolicamente, realiza-se sempre na semana de 3 de maio (dia internacional da Liberdade de Imprensa) a 9 de maio.

Reunião inaugural do Conselho Consultivo do GILM

Também em maio de 2022, no dia 30, aproveitando o simbolismo da operação “7 dias com os *Media*”, foi realizada a primeira reunião do Conselho Consultivo do GILM, um grupo de peritos/pessoas interessadas na promoção da literacia mediática convidadas pelo Grupo para o aconselhar a respeito das suas opções estratégicas, dos seus planos de atividade e de temáticas de LM relevantes para o debate.

A reunião inaugural desse grupo de trabalho realizou-se nas instalações do Centro Nacional de Cibersegurança, em Lisboa, embora, pelo formato híbrido adotado, tenha também proporcionado a participação à distância de alguns dos representantes. O encontro foi moderado por Gustavo Cardoso, Presidente do Obercom. Em representação da ERC esteve João Pedro Figueiredo, vogal do Conselho Regulador responsável pela supervisão da área da LM, bem como duas técnicas da ERC que participam nos trabalhos do GILM.

FIG. 8 - COMPOSIÇÃO DO CONSELHO CONSULTIVO DO GILM (2022)

Membros	
André Sendin	Presidente da Escola Superior de Comunicação Social
António Feijó	Professor da Faculdade de Letras de Lisboa e Administrador não-executivo da Fundação Gulbenkian
Belinha de Abreu	Presidente do <i>International Council for Media Literacy (IC4ML)</i> Universidade de Connecticut
Carla Ganito	Universidade Católica de Lisboa
Célia Quico	Universidade Lusófona de Lisboa
Cristina Ponte	Universidade Nova de Lisboa
David Xavier	Secretário-Geral da Presidência de Conselho de Ministros
Francisco Maria Balsemão	Presidente do Conselho de Administração da Fundação da Juventude
Gustavo Cardoso	Presidente do OberCom
Helena Martins	Responsável pelas Políticas da Google em Portugal
Helena Pereira	Presidente da Fundação para a Ciência e Tecnologia
Inês Amaral	Universidade de Coimbra
Isabel Baptista	Coordenadora do Departamento de Desenvolvimento e Inovação do Centro Nacional de Cibersegurança.
Joaquim Carreira	Presidente da LUSA
João Pedro Figueiredo	Vogal do Conselho Regulador da ERC (responsável pela supervisão da área da LM)
José Vítor Pedroso	Diretor-Geral da Educação
Luís Chaby Vaz	Presidente do ICA
Luísa Black	Consultora para a Educação e Formação do Conselho da Europa
Manuela Pragana Silva	Diretora da Rede de Bibliotecas Escolares
Mário Figueiredo	Instituto Superior Técnico
Miguel Poiães Maduro	Presidente do Observatório Europeu dos Media Digitais
Nelson Zagalo	Universidade de Aveiro
Nicolau Santos	Presidente da RTP
Tatiana Sanches	Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas, Profissionais de Informação e Documentação (BAD)

O principal objetivo desta primeira reunião foi proporcionar uma reflexão/debate sobre os desafios e as oportunidades de atuação para melhorar os níveis da Literacia Mediática em Portugal. O Plano Estratégico 2022-23 e de Plano de Atividades para 2022 do GILM foram os documentos que serviram de base ao debate. Na sequência dessa primeira, foi enviado um questionário aos membros do Conselho Consultivo de modo a sistematizar mais informações, nomeadamente sobre os projetos que estão ou perspetivam desenvolver, oportunidades de parceria e a partilha de ideias em relação a temáticas a explorar no VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania¹³.

¹³ Informação detalhada sobre esta iniciativa deve ser disponibilizada na sistematização de atividades de LM da ERC referente a 2023.



Arranque da preparação do VI Congresso Literacia, Media e Cidadania

Entre julho e o final de 2022 foi executado o plano de trabalho referente à primeira fase da organização do [VI Congresso Literacia, Media e Cidadania](#), que incluiu: definição da Comissão Executiva responsável por todas as tarefas (três técnicas da ERC integraram este grupo de trabalho); definição da temática geral do congresso (“Transição Digital e Políticas Públicas”), data (21 e 22 de abril de 2023) e local (Escola Superior de Comunicação Social); Criação de uma ‘primeira página’ (*landing page*) para divulgar o evento; Convites para a Comissão de Honra e Comissão Científica do Congresso; Convites aos oradores; Pedido do Alto Patrocínio da Presidência da República; Contactos para identificação de apoios/patrocínios; Desenvolvimento, a partir da *landing page* de divulgação, do novo *website* (também disponível em inglês para divulgação de toda a informação sobre a iniciativa; Lançamento/divulgação do *website*; Divulgação da chamada de trabalhos.

FIG. 9 IMAGEM DO WEBSITE DO VI CONGRESSO LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA (DEZEMBRO 2022)



Webinar “Liberdade dos Media: vítima da guerra?”

FIG. 10 - IMAGEM DE DIVULGAÇÃO DO WEBINAR “A LIBERDADE DOS MEDIA VÍTIMA DA GUERRA?”



Fonte GILM

A guerra Rússia-Ucrânia, que teve início a 24 de fevereiro de 2022, esteve em destaque num *webinar* que o GILM decidiu promover a 17 de março, com o título “Liberdade dos Media: vítima da guerra?”. O ângulo escolhido deriva da própria cobertura mediática desse momento do conflito, com notícias sobre um *blackout* informativo imposto pelas autoridades russas (pelo uso de certas palavras e atuações jornalísticas) e de obstáculos à atividade dos órgãos de comunicação social estrangeiros em território russo, bem como a proibição de transmissão dos serviços Russia Today e Sputnik na União Europeia, por serem considerados instrumentos de desinformação.

Procurando motivar a reflexão sobre a cobertura informativa do conflito e o modo como as autoridades estão a lidar com os *media*, o GILM lançou para debate a questão se não será a liberdade dos *media* outra vítima da guerra, debate que juntou numa mesa redonda Luísa Meireles, Diretora de Informação da Agência LUSA (membro do GILM e moderadora da sessão) Daniel Oliveira, Jornalista e comentador, Pedro Caldeira Rodrigues, Jornalista da Agência LUSA, (editoria internacional) e Rita Figueiras, Docente da Universidade Católica Portuguesa.

Com cerca de hora e meia, a [gravação do debate](#) encontra-se disponível para consulta no canal do GILM no YouTube.

4. ATIVIDADES DE ÂMBITO INTERNACIONAL

Seguindo a estratégia de colaboração internacional que tem assumido também em relação à área da Literacia Mediática, a ERC manteve a sua participação nos principais grupos de trabalho sobre a temática ligados às plataformas de reguladores de que faz parte: *Liaison Group on Media Literacy 2022* (do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services*); EMIL – a rede de trabalho sobre a literacia dos *media* e da informação da EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities*); o grupo de trabalho da plataforma de reguladores de países mediterrânicos (*Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes* (RIRM/MNRA) e a colaboração com o grupo de alfabetização mediática da PRAI - *Plataforma de Reguladores del Sector de Audiovisual de Iberoamerica*. Em seguida apresenta-se um resumo do trabalho desses grupos.

4.1 ACOMPANHAMENTO DO GRUPO DE AÇÃO SOBRE LM DO ERGA

O [Plano de Trabalho do ERGA de 2022](#) (intitulado “Protegendo a Liberdade e a Democracia”) previa que as prioridades do ERGA se deveriam manter semelhantes às do ano anterior, o que fez manter em atividade o Subgrupo 1 (Aplicação e execução do quadro decorrente da Diretiva UE 2018/1808), o Subgrupo 2 (Conclusão do quadro regulamentar da UE relevante para os meios de comunicação social) e o Subgrupo 3 (Combater a desinformação e reforçar a democracia no ambiente digital), bem como o Grupo de Ação 1 (Aplicação do Memorando de Entendimento adotado em 2020). Em relação à literacia mediática, o documento atribuía ao Subgrupo 3 a responsabilidade de dedicar recursos para informar todos os membros do ERGA sobre os desenvolvimentos relativos à literacia mediática que podem ser observados a nível da UE e noutras redes de regulação. Ou seja, a manutenção do Grupo de Ação 3 de 2021¹⁴, dedicado à Literacia Mediática, não foi adotada no documento, que, ainda assim, deixou essa possibilidade em aberto. De facto, em 2022 acabaria por não ser formalizado nenhum Grupo de Ação dedicado à Literacia, mas foi criado o *Media Literacy Liaison Group*, que realizou quatro encontros ao longo do ano: 28 de março, 9 de junho, 14 de setembro e 3 de novembro.

¹⁴ Para mais informação sobre a atividade deste Grupo de Ação do ERGA recomenda-se a leitura do capítulo sobre as atividades de literacia mediática da ERC em 2021 do “Relatório de Regulação 2021”.



Além de manter a cooperação com a EMIL (*taskforce* da EPRA sobre Literacia Mediática), com a qual viria a realizar um encontro conjunto no âmbito da Semana Europeia da Literacia Mediática (24 a 28 de outubro), o *Media Literacy Liaison Group* reservou os seus encontros essencialmente à partilha de experiências em relação à obrigação de reportar à Comissão Europeia sobre medidas e atividades de promoção da LM e à partilha de exemplos de boas práticas de Literacia Mediática em diferentes Estados-membros, algumas das quais haviam sido referidas como exemplo no [relatório](#) do Grupo de Ação 3 sobre Literacia Mediática de 2021, que apresentou precisamente recomendações e princípios-chave para a definição de boas práticas de LM:

- No segundo encontro foram apresentadas como boas práticas a Semana de Literacia Mediática da Finlândia e o projeto alemão [Pergunte à Zebra](#), um serviço de apoio gratuito apoiado pelo regulador da Comunicação Social da Renânia do Norte-Vestefália que tem como principal objetivo tirar dúvidas sobre os *media*, em particular os digitais.
- No terceiro foi apresentada a campanha *Be Media Smart* da Irlanda e foi solicitado pelos coordenadores do grupo que a ERC, ao invés de apresentar a Semana Portuguesa de Literacia Mediática (ou seja, a operação “7 dias com os *Media*”), apresentasse o “Público na Escola”, o outro projeto que é indicado como exemplo de boa prática em Portugal, em particular por ser promovido por um órgão de comunicação social. Neste caso, foi sugerido que a ERC analisasse o projeto e explicasse, à luz dos princípios-chave definidos no já referido relatório de 2021, as razões para ser considerado uma boa prática. Refira-se que para esta apresentação foi contactada a diretora do “Público na Escola”, que ajudou a esclarecer alguns pontos sobre o projeto.
- No quarto e último encontro, em novembro, foi destacado o [site Digitale Balans](#), uma iniciativa da rede de LM Mediawijsheid e do Instituto Trimbos cujo objetivo é que as pessoas pensem sobre o seu equilíbrio digital (sendo convidadas a fazer um [autoteste](#)).

FIG. 11 – SLIDE DE APRESENTAÇÃO DE UM EXEMPLO DE BOA PRÁTICA DE LM EM PORTUGAL – PÚBLICO NA ESCOLA



Três dos encontros contaram também com informações apresentadas por representantes da Comissão Europeia que partilharam informações relacionadas com a área: no primeiro sobre o Plano de Ação para a Educação Digital, no segundo sobre o estado das orientações para os relatórios a realizar pelos Estados-membros, no terceiro sobre o programa Europa Criativa e sobre o EMIFund.

Ainda no âmbito do ERGA, no caso em articulação com o Subgrupo 3, a ERC colaborou (em fevereiro de 2022) através do preenchimento de um questionário sobre “*Policies, measures and media literacy initiatives addressing COVID-19-related disinformation*”. A base de dados com a informação recolhida nesse questionário está publicamente disponível para consulta na [secção ERGA & COVID 19](#) que consta do *website* do ERGA.

4.2 ACOMPANHAMENTO DOS TRABALHOS DA EMIL

Também a EMIL – EPRA *Media and Information Literacy task-force* – promoveu quatro encontros (virtuais) em 2022, três dedicados a sessões temáticas: 16 de fevereiro; 22 de abril (sobre projetos que, além da sua proteção, promovem a capacitação de crianças e jovens); 16 de setembro (sobre desinformação, pluralidade e confiança – com foco nas atividades de LM promovidas pelo EDMO – *European Digital Media Observatory*) e 18 de novembro (dedicado à avaliação e ao impacto das iniciativas de LM). Os encontros temáticos funcionaram como uma espécie de palestras com especialistas convidados, com espaços aberto ao debate e à troca de ideias. De modo a dar sequência aos encontros do ano anterior, esses encontros foram numerados como 6.º, 7.º, 8.º e 9.º.

Como é habitual, além de fazer um update dos novos membros/substituições na composição da EMIL, o primeiro encontro do ano teve como objetivo apresentar os termos de referência para 2022 (sobre os quais os membros também tiveram oportunidade de se pronunciar por escrito), que previam alterações relativas aos objetivos e às atividades da EMIL. No caso dos objetivos, as alterações consistiam em conferir à EMIL maior destaque na promoção da Literacia Mediática e da Informação, bem como das redes de modo a alcançar um público mais amplo de interessados; esclarecer o papel da EMIL como rede para permitir sinergias entre os esforços dos seus membros e evitar duplicações, em relação às atividades, incentivar a colaboração entre os membros da EMIL em projetos de interesse comum, incluindo em relação a pedidos de financiamento, bem como cooperar com outras redes dedicadas à LM para evitar duplicação.

Nesse primeiro encontro do ano (o 6.º da EMIL) ficou desde logo assumido o objetivo da *task-force* criar uma base de dados com o perfil dos membros da EMIL, isto é, um conjunto de informações úteis a respeito de cada parceiro para facilitar a perceção de oportunidades de criar sinergias e desenvolver colaborações. Ficou igualmente definido o objetivo de, conforme referido no ponto referente ao ERGA, a EMIL e o ERGA organizarem um evento em conjunto, previsivelmente na Semana Europeia dedicada à Literacia Mediática. Foi igualmente abordada a questão do âmbito dos relatórios sobre LM a desenvolver pelos Estados-membros como consequência da transposição da DSCSA, bem como a possibilidade de se recolher a informação num repositório (questionou-se inclusivamente se o EDMO seria o organismo adequado para o fazer).

Também na primeira reunião do ano houve oportunidade de conhecer boas práticas de LM:

- **uma iniciativa do *Financial Times* para dar acesso gratuito a informação às escolas** de todo o mundo - A ideia subjacente é dar acesso gratuito aos estudantes (com idades entre os 16 e os 19 anos) das escolas que manifestem a sua vontade em integrar o programa, para, dessa forma, criar uma rede global de professores que sabem quais os artigos que os seus alunos lêem e consideram úteis ou interessantes. Além de disponibilizar os artigos gratuitamente, o *Financial Times* também implementou ferramentas para professores e alunos utilizarem (centro de gráficos, guia visual de vocabulário) para tornar a navegação no sítio Web mais intuitiva. No que se refere à adesão ao projeto, foi referido que o programa inclui 4000 escolas, em todo o mundo, num total de 120 países (entre os quais a Coreia do Norte);
- **projeto do Ofcom (regulador britânico) para avaliar a LM e a eficácia da LM para criar resiliência ao longo do tempo** - o regulador referiu estar interessado em contributos de outros atores que tenham experiências relevantes no terreno, nomeadamente as intervenções que tenham como objetivo criar confiança nas notícias - no debate foram partilhadas algumas experiências de avaliação de competências de LM realizadas pelo EDMO (nomeadamente com foco nas questões da desinformação), da rede holandesa de aprendizagem de línguas; o projeto Fábrica de Inovação Social dos belgas, um índice de avaliação das competências de LM criado pelos países nórdicos;

A propósito dos financiamentos de projetos de LM (e das oportunidades de colaboração) foram identificadas as possibilidades associadas ao Programa Europa Criativa, bem como ao EMIFund.

O segundo encontro do ano (7.º da EMIL), realizado a 22 de abril, foi dedicado à proteção de menores e a projetos que valorizem a sua capacitação em relação aos *media*. Foi contextualizado que a proteção dos menores é um dos principais tópicos das atividades da EPRA no primeiro semestre de 2022, abrangendo questões relativas às restrições de idade e ao acesso à pornografia e publicidade nociva. Como exemplo de projetos que fomentam essa capacitação dos menores:

- Foi convidada a Prof. Athina Karatzogianni, da Universidade de Leicester (Reino Unido) para apresentar o **DigiGen, um projeto de Cidadania Digital** que a mesma coordena. O projeto de três anos incide sobre os impactos da transformação tecnológica nas crianças e nos jovens. Envolveu a Estónia, Grécia e Reino Unido. Em termos de conclusões salientam-se que a cidadania digital é fortemente afetada por variáveis como a privação digital, a educação e situação socioeconómica da família, o local onde se vive (forte divisão entre a Europa Ocidental e a Europa Oriental); o medo de participar: a má experiência enquanto crianças (assédio em linha, *trolling*); incentivar a participar em conversas de turma pode ajudar a desenvolver a capacidade

de participar em comunidades de grupos em linha; falta de amplitude das políticas de cidadania digital, que se centram muitas vezes na melhoria das competências em matéria de TIC.

- Foi apresentado pelo Conselho Audiovisual da Catalunha (CAC) o seu novo projeto **“Què t’hi jugues?” (“O que apostas?”)**, centrado na literacia mediática, nos jogos de vídeo e nos jogos de azar, realizado em escolas secundárias de Bellvitge e Virolai com a unidade de ensino da eduCAC e o Hospital de Bellvitge. O objetivo é capacitar adolescentes com 15-16 anos para se tornarem agentes de prevenção do desenvolvimento de adições no domínio dos jogos de vídeo e do jogo (além da representante do CAC, a apresentação contou com a presença de adolescentes envolvidos no projeto, bem como de especialistas);
- Esteve presente o **Programa de Líderes Digitais da Childnet** (apresentação das actividades por Will Gardner, Diretor Executivo da Childnet), em que os próprios jovens concebem módulos para educar os seus pares com o objetivo de os dotar de ferramentas que lhes permitam fazer a diferença e participar ativamente na sua escola/comunidade.
- Apresentação (por Jane McGarrigle, responsável de projeto) do **Webwise**, centro irlandês sobre segurança na internet. Foi referido que as suas principais áreas de trabalho são: recursos educativos, formação para professores, aconselhamento aos pais, ouvir os jovens e dar respostas. Em relação aos jovens foi salientado que contam com um Painel consultivo para jovens, 30-35 estudantes que se reúnem cerca de seis vezes por ano e que atua como voz dos jovens para as escolas, os pais, os amigos; apoia o desenvolvimento de programas educativos, contribui para campanhas de sensibilização e recursos em linha da Webwise.

A terceira reunião de 2022 (8.ª da EMIL), inicialmente prevista para julho, acabaria por se realizar a 16 de setembro, tendo sido reservada ao tema da desinformação, pluralidade e confiança. Além de dar a conhecer que a proposta do TeaMLit (projeto de colaboração liderado pela Associação *Media and Learning* que consiste em fornecer orientação, recursos e apoio à formação de professores em literacia digital e mediática) foi aceite para apoio pelo Fundo Europeu para os *Media* e a Informação (EMIF) e que a EMIL será um parceiro de apoio. Esse encontro foi praticamente dedicado à atividade do EDMO e dos seus *hubs*, ou seja, polos nacionais. Emma Goodman, responsável política e consultora em literacia mediática do EDMO apresentou os objetivos e a missão do EDMO (centrada no combate à desinformação em linha), bem como a relação do Observatório com a literacia mediática. Relativamente aos projetos de LM, foi referido o investimento na construção de perfis de países com uma visão geral do panorama da LM (estatísticas sobre o consumo de notícias, quem é responsável, quais são as políticas nacionais relevantes, situação da LM no currículo e fora da educação formal, principais atores). A este respeito foi perguntado se não haveria risco de sobreposição entre esse trabalho do EDMO e as obrigações de fazer um relatório sobre a LM por parte dos Estados-membros/reguladores. Foi esclarecido que este ponto foi discutido com a Comissão e que embora os reguladores não estejam diretamente envolvidos nos centros não há razão para não colaborarem.

Durante o encontro foram ainda realizadas apresentações sobre os *hubs* francês e irlandês, nomeadamente sobre os projetos em que estão envolvidos. Também foram atualizadas informações sobre a composição da EMIL. A reunião terminou com um debate com foco na temática da desinformação, pluralidade e confiança e foram partilhados eventos de membros da EMIL a realizar durante a Semana Mundial da Literacia dos *Media* e da Informação. No final da reunião, o secretariado do ERGA fez uma apresentação preliminar do modelo de base de dados (utilizando o GoogleSheets) para realização do perfil dos membros da EMIL.

O último encontro do ano (o 9.º da EMIL), realizado em novembro, foi dedicado à avaliação e ao impacto das iniciativas de LM. No entanto, na primeira parte, foram dadas informações a respeito do evento conjunto realizado entre a EMIL e o ERGA, realizado a 4 de novembro, e que teve como tema [“Confiança e notícias: \(como\) funciona a Literacia das Notícias e da Informação?”](#).

A respeito do foco temático do último encontro de 2022, a direção da EMIL convidou o especialista Tobias Dienlin, da Universidade de Viena, que centrou a sua apresentação na resposta à pergunta “Como podemos avaliar o impacto social dos programas de literacia mediática?”. Primeiro começou por elencar os principais problemas associados à realização da avaliação de impacto, referidas metodologias possíveis e avançou algumas recomendações no sentido de não desistir da avaliação.

A segunda especialista a intervir foi Kate Morris, Associada Sénior da Ofcom, que apresentou o *Making Sense of Media*, um programa de Literacia Mediática em que a avaliação é uma área-chave de foco para o regulador. Foi referido que o Ofcom estava a desenvolver um documento orientador – um *kit* de ferramentas de avaliação (simples e de cariz não académico) que será dividido nas secções Escolher / Preparar / Fazer / Partilhar. Kate Morris, tal como o especialista da Universidade de Viena, também elencou problemas em relação à avaliação (que abrange os resultados dos objetivos do projeto, mas também a eficácia do processo utilizado e a relação custo-eficácia): Financiamento; Perceção da ausência de definições e quadros; Baixo envolvimento dos participantes; Ritmo de mudança/natureza do setor; Falta de motivação para efetuar uma avaliação dispendiosa. À data do encontro, o Ofcom havia criado um painel abrangente e um grupo de trabalho com académicos para a avaliação, sendo o seu próximo passo construir uma rede com pessoas que já trabalham na área da LM.

Após o debate, já na parte do encontro reservada a informações por parte dos membros da EMIL, houve participação de duas observadoras *ad hoc*:

- Iglia Ivanova, da Universidade de Sofia da Coligação Búlgara para a Literacia Mediática (fundada em 2016, com estatuto legal desde 2019) – foi referido que a coligação organiza dois grandes eventos: os dias da literacia mediática e da segurança em linha (que se prolonga entre fevereiro e julho);
- Valeria Kovtun, responsável pelo Filter, um projeto de literacia mediática lançado pelo governo ucraniano em 2021 com o objetivo de desenvolver uma estratégia para capacitação dos cidadãos; a responsável referiu que, no âmbito do projeto, foi criado material de LM para as escolas e foi elaborado um projeto estratégico com parceiros e ministérios, que, no entanto, ainda não havia sido formalmente adotado. Foi igualmente referido que o projeto desenvolveu um guia em inglês sobre as táticas de desinformação russas em tempo de guerra - lições aprendidas com a Ucrânia, destinado a peritos e universidades.

Mariam Dakhundaridze, do Comcom, regulador da Geórgia falou sobre a Iniciativa de Políticas Europeias (EuPI) do Instituto da Sociedade Aberta - Fundação Sofia (OSI), que, no mês anterior ao encontro da EMIL, publicou o relatório sobre o Índice de Literacia Mediática 2022: https://osis.bg/wpcontent/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf.

O encontro terminou com informações com a atualização da composição da EMIL e com uma breve apresentação da base de dados com Perfil dos Membros da EMIL, dos seus projetos de LM e das redes de Literacia Mediática ativas.

No final de 2022, no âmbito da organização do VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, o GILM (ver ponto do capítulo sobre esta iniciativa) decidiu convidar Maria Donde, na qualidade de líder da EMIL e de representante do Ofcom, para fazer a conferência sobre literacia mediática e os desafios para as políticas públicas a nível europeu, o que veio a acontecer, revelando-se igualmente uma oportunidade para um primeiro contacto entre a EMIL e o GILM.



4.3 OUTROS GRUPOS DE TRABALHO SOBRE LM

Além do acompanhamento das atividades do Grupo de Ligação do ERGA, da EMIL e da participação no projeto *mSchools*, desenvolvido em parceria com os membros do grupo de alfabetização mediática da PRAI (*Plataforma de Reguladores del Audiovisual de Iberoamerica*), a ERC também participou nos dois encontros (virtuais) promovidos pelo grupo de literacia mediática da rede de reguladores de países do Mediterrâneo (RIRM/MNRA), o primeiro a 25 de fevereiro de 2022 e o segundo a 7 de junho de 2022. No primeiro encontro foi proposto o tópico “Poderá a Literacia Mediática promover a utilização responsável dos videojogos e prevenir comportamentos de risco?”, com o Conselho Audiovisual da Catalunha a realizar uma apresentação sobre “*Què t’hi jugues?*” (“O que apostas?”), que, conforme já referido, também foi posteriormente apresentado num encontro da EMIL. Esse encontro foi ainda oportunidade para os países atualizarem informações relativamente aos projetos em que estavam envolvidos (foi referida a organização da décima edição da operação “7 dias com os *media*”). No segundo encontro foram partilhados projetos de literacia mediática realizados pelo regulador francês (ARCOM) e envolvidos na promoção da área em França, bem como partilhadas informações referentes às atividades desenvolvidas por cada membro.

Fora das redes de literacia mediática de reguladores, foram acompanhados os *webinars* da *Media and Learning Association*, em particular os relacionados com a atividade dos *hubs* do EDMO, com o objetivo de procurar compreender melhor as suas áreas de intervenção e o potencial de desenvolver sinergias com as entidades reguladoras.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DE INFORMAÇÃO E DIREITOS DE PERSONALIDADE: ALGUMAS NOTAS E PRINCIPAIS DELIBERAÇÕES DA ERC



SÚMULA

- Direitos de personalidade e intervenção da ERC
- Natureza pessoal dos direitos de personalidade
- Dimensão objetiva dos direitos de personalidade
- Colisão de direitos
- Principais decisões da ERC em matéria de direitos de personalidade em 2022

1. ENQUADRAMENTO

Constitui objetivo da regulação, nos termos do artigo 7.º, alínea f), dos Estatutos da ERC, «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais sempre que os mesmos estejam em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdos de comunicação social sujeitos à sua regulação».

O artigo 8.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, por seu turno, na senda do artigo 39.º, n.º 1, alínea e) da Constituição da República Portuguesa, investe a ERC na atribuição de «garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias» e o artigo 24.º, n.º 3, alínea a), defere ao Conselho Regulador da ERC a competência para «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção de direitos, liberdades e garantias pessoais».

No âmbito da proteção dos direitos de personalidade, a intervenção da ERC surge, por regra, enquadrada no procedimento de queixa (artigo 55.º dos Estatutos da ERC), exercida pelos titulares do direito, tendo em conta a natureza pessoal dos direitos de personalidade que visam, em primeira linha, satisfazer interesses próprios dos visados.

Contudo, mesmo nos casos em que não existe apresentação de queixa por parte do detentor do direito, a ERC, ainda assim, poderá ter competência para atuar, uma vez que as suas atribuições relativas à proteção de direitos, liberdades e garantias dos cidadãos têm também em vista a realização do interesse público e não apenas a defesa do interesse privado do titular do direito. É hoje pacífico que os preceitos relativos aos direitos fundamentais não podem ser pensados apenas da perspetiva dos indivíduos, enquanto posições jurídicas de que estes são titulares, mas também do ponto de vista da comunidade, como valores que esta se propõe prosseguir através da ação do Estado¹.

A ERC tem, assim, a faculdade de desencadear o procedimento sem dependência de queixa do próprio, sempre que entenda que, para lá do interesse pessoal na proteção do direito fundamental, exista uma dimensão objetiva, do ponto de vista comunitário, que justifique essa intervenção.

Por outro lado, os direitos de personalidade, no contexto da comunicação social, a par da sua função primacial de direito subjetivo, têm o papel de princípio regulador da atividade dos órgãos de comunicação social encontrando-se, nessa medida, sujeitos ao escrutínio da ERC. Tal conclusão resulta do artigo 3.º da Lei de Imprensa, que dispõe que «a liberdade de imprensa tem como únicos limites os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objetividade da informação, a garantir os direitos ao bom-nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática». Neste sentido, também preceituam os artigos 27.º, n.º 1, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, e o artigo 30.º, n.º 1, da Lei da Rádio.

¹ Vieira de Andrade, "Os Direitos de Personalidade na Constituição Portuguesa de 1976", 4.ª edição, Coimbra, 2009, pág. 107 e ss.

2. DECISÕES DA ERC EM 2022

Durante 2022, foram várias as vezes que o Regulador foi chamado a intervir, ou interveio oficiosamente, em situações em que foram postos em causa direitos de personalidade na comunicação social, encontrando-se estes muitas vezes em conflito com outros direitos fundamentais como a liberdade de expressão e de informação. Nestas situações de conflito de direitos, o princípio aplicado nas decisões da ERC foi o consagrado na doutrina constitucional para a sua resolução, ou seja, o princípio da harmonização ou da concordância prática entre os valores constitucionais em conflito.

Destacam-se, de seguida, algumas deliberações da ERC onde a temática dos direitos de personalidade foi central na análise dos conteúdos visados.

Deliberação ERC/2022/160 (CONTJOR-TV): trata-se de reportagem emitida no programa “Sexta às 9”, da RTP1, na qual se analisava de forma desenvolvida o caso de um piloto da TAP que enfrentava um processo disciplinar com vista ao seu despedimento por alegadamente ter proferido um comentário homofóbico. O trabalho jornalístico pretendeu escrutinar a decisão de suspensão imediata do piloto quando existiriam indícios de que os factos que estiveram na origem da queixa não teriam ocorrido e sem que o mesmo tivesse sido ouvido.

Na deliberação em análise não se questionou o «valor notícia» da reportagem, considerando-se que a mesma se incluía no exercício da liberdade de informação do operador. Contudo, durante a peça, foram exibidos vídeos e imagens da mulher que teria denunciado o piloto. Muito embora a imagem da mulher se encontre pixelizada, a sua voz não é distorcida e a descrição apresentada é minuciosa, permitindo a sua identificação, pelo menos no seu meio pessoal e profissional. Entendeu-se, por isso, que esta opção editorial colidiu com o dever de preservar o direito à reserva da intimidade da vida privada da visada, em violação do artigo 26.º, n.º 1, da Constituição da República Portuguesa.

Por outro lado, considerou-se que as imagens exibidas não eram essenciais para a compreensão dos factos, não tendo acrescentado qualquer elemento relevante para o seu entendimento. Realçou-se ainda que o facto de as imagens terem sido recolhidas de um perfil público de uma rede social, não excepcionava a necessidade de obtenção do consentimento da visada para a divulgação das suas imagens na reportagem televisiva. Concluiu-se, assim, que o operador violou o direito à imagem da visada, em incumprimento do preceituado nos artigos 26.º, n.º 1, da CRP e 79.º, do Código Civil.

Deliberação ERC/2022/335 (CONTJOR-TV): na peça noticiosa visada, emitida pela CMTV, relata-se a traumática experiência de um casal por ter sido diagnosticada a morte intrauterina do seu feto, na urgência de obstetria no Hospital Distrital de Santarém.

A acompanhar a reportagem, foram emitidas imagens da queixosa, dentro de um gabinete de consultas, aquando da inauguração do bloco de partos e do bloco operatório central do Hospital Distrital de Santarém, tendo essas imagens sido reproduzidas durante alguns segundos na peça, de forma descontextualizada e sem a referência de que se tratava de imagens de arquivo. Considerou a queixosa que a associação indevida da sua imagem a um acontecimento negativo resultou num prejuízo para a sua atividade profissional.

Verificou-se, no caso, um confronto entre a liberdade de expressão e de informação e os direitos à imagem e ao bom-nome e reputação da queixosa – artigos 37.º, 38.º e 26.º, n.º 1, da CRP; 34.º, n.º 1, da LTSAP.

Entendeu-se que não existia um valor-notícia que justificasse a inclusão na peça das imagens visadas, que retratavam uma pessoa sozinha a trabalhar num gabinete. Admitiu-se também que o recurso a imagens de arquivo constitui uma prática corrente e legítima. Contudo, exige a adoção de cautelas, tendo em conta os riscos de desatualização e descontextualização inerentes à sua divulgação. No caso, a profissional de saúde retratada nas imagens levou a que fosse indevidamente associada ao funesto desfecho noticiado na peça. Alertou-se, neste contexto, para a necessidade de sinalização das imagens de arquivo aquando da sua exibição.

Deliberação ERC/2022/88 (CONTJOR-TV) é visada uma peça, emitida pela SIC e pela SIC Notícias. Na parte final da reportagem, surge uma imagem do queixoso a falar com um outro homem e no oráculo pode ler-se «Processo Hells Angels. Em causa homicídio, associação criminosa e tráfico».

A SIC, em sede de oposição, alegou que a reprodução da imagem do queixoso surge num lugar público, não tendo tido a intenção de individualizar a sua imagem. Não seria, assim, necessário o consentimento do queixoso para a divulgação das imagens, nos termos do artigo 79.º, n.º 2, do Código Civil. Contudo, verificou-se que, ainda que a filmagem seja breve, há um *close up* ao queixoso, onde este é perfeitamente reconhecível. A câmara foca e fixa o rosto, tronco e os braços do queixoso. Assim, a imagem do queixoso não surge enquadrada num lugar público. Há antes uma individualização do seu retrato. A sua imagem não é lateral ou acessória à filmagem do espaço público, pelo que a sua divulgação não dispensaria o seu consentimento.

Por outro lado, referiu-se também que o direito à imagem pode ser avaliado na sua interação com outros valores pessoais, nomeadamente a honra, nos termos do artigo 79.º, n.º 3, do Código Civil, que determina que «o retrato de uma pessoa não pode, porém, ser reproduzido, exposto ou lançado no comércio, se do facto resultar prejuízo para a honra, reputação ou simples decoro da pessoa retratada».

No caso, considerou-se que a divulgação do retrato do queixoso poderia levar à interpretação de que é arguido no processo, lesando a sua honra.

Concluiu-se, por isso, não existir interesse noticioso na divulgação da imagem do queixoso, devendo o operador ter-se coibido de a divulgar, em cumprimento do artigo 27.º, n.º 1, da LTSAP.

Deliberação ERC/2022/25 (CONTJOR-TV) numa reportagem emitida pela TVI 24, foi apresentada queixa por ter sido divulgado, sem consentimento, a imagem do queixoso, a celebrar missa e imagens da Igreja do Santíssimo Sacramento. Considerou ainda o queixoso que na reportagem se confunde, de forma lesiva, a sua atividade religiosa (e a Igreja a que pertence), com uma instituição que se denomina «Arautos do Evangelho» - a qual surge retratada na peça por alegadas práticas criminais.

Verificou-se que na peça surge a imagem de um padre, filmado à distância, a celebrar missa, presumindo-se que se trata do queixoso. Na deliberação considerou-se que o direito à imagem pressupõe que a imagem seja cognoscível e individual, pelo que a reprodução de uma imagem não identificável não é ilícita. Entendeu-se, por isso, que não tinha sido lesado o direito à imagem do queixoso.

Foi também alegado que as imagens tinham sido captadas no interior da Igreja sem autorização. Na deliberação da ERC entendeu-se que, sendo a nave central da Igreja um lugar aberto ao público, o jornalista podia entrar e realizar a sua missão de informar, o que poderia implicar a filmagem do espaço (público) da Igreja e dos seus elementos físicos. Assim, esta possibilidade de filmar a Igreja apenas seria legítima se houvesse um fim de cobertura informativa e deveria ser sopesado o direito à imagem daqueles que se encontram a celebrar o culto religioso. A este respeito, verificou-se que a captação da imagem dos fiéis é feita através de um plano aproximado, sem qualquer técnica de ocultação de identidade. Ora, uma cerimónia religiosa tem uma dimensão, para cada participante, de recolhimento e introspeção - e, nessa medida, de intimidade -, que pressupõe a expectativa de que não vai ser filmado. Mais do que o direito à imagem, é o direito à reserva da intimidade da vida privada que estava em causa. Entendeu-se também que a decisão de divulgação de tais imagens não tinha nenhuma finalidade informativa, tendo em conta que a celebração em causa nada tinha que ver com os «Arautos do Evangelho», que eram o objeto da reportagem.

Quanto à ofensa do bom-nome e reputação, ao associar a imagem da Igreja do Santíssimo Sacramento aos «Arautos do Evangelho», considerou-se que a insuficiente contextualização da reportagem poderia levar o telespectador a concluir que a Igreja do Santíssimo Sacramento e os «Arautos do Evangelho», são uma e a mesma coisa, lesando o bom-nome da Igreja do Santíssimo Sacramento, nos termos do artigo 484.º, do Código Civil.

Deliberação ERC/2022/387 (CONTJOR - NET) foi analisada uma participação contra o jornal Correio da Manhã, pela publicação de uma notícia na qual é revelada a identidade de um grupo de jovens que alegadamente teria matado o

filho de um antigo inspetor da PJ. Na notícia, para além da identidade dos três detidos, são divulgadas fotografias de grande plano do rosto dos três suspeitos, sem o seu consentimento, colocando em causa o seu direito à imagem, nos termos dos artigos 26.º, n.º 1, da CRP e 79.º do Código Civil.

Entendeu-se que neste caso não existia valor-notícia na divulgação da imagem dos três suspeitos, tanto mais que essa divulgação colidia com a proteção da presunção de inocência. Considerou-se também não estar em causa nenhuma circunstância que permitisse excecionar a necessidade de consentimento para a publicação das fotografias, nos termos do artigo 79.º, n.º 2, do Código Civil, tendo assim sido ultrapassados os limites da liberdade de imprensa consagrados no artigo 3.º da Lei de Imprensa.

Deliberação ERC/2022/272 (CONTJOR-TV) analisaram-se duas queixas contra a CMTV, pela transmissão de uma reportagem na qual foi posto em causa o direito à imagem. A peça visada centrava-se em factos relacionados com o Comandante da Polícia Municipal de Sintra, que estaria indiciado por dois crimes de tortura, ofensa à integridade física qualificada e abuso de poder. Durante a reportagem surgem vídeos e fotografias onde aparecem os queixosos.

Analisada a reportagem, considerou-se que a matéria noticiada encontrava respaldo nos critérios de noticiabilidade, por se tratar de um assunto de interesse público, que envolvia um organismo público – a Polícia Municipal de Sintra. No entanto, verificou-se que as situações que alegadamente envolveram os queixosos eram laterais ao cerne da reportagem. Por outro lado, as situações noticiadas estavam ainda em investigação. Impunha-se, por isso, ao operador, uma reflexão sobre a pertinência de identificar os queixosos, pelo nome e fotografia, uma vez que era possível noticiar os factos sem identificar os agentes envolvidos. Referiu-se, a este propósito, que a liberdade de informação não justifica o aniquilamento da presunção de inocência. O tratamento jornalístico de investigações criminais em curso pode ter um grande impacto nos visados e dar origem a julgamentos na praça pública, pelo que a identificação dos alegados criminosos deverá ser proporcional à gravidade do crime e ao seu significado para o público em geral.

Deliberação ERC/2022/284 (CONTJOR-I) neste caso apreciado pela ERC estava em causa a divulgação, pelo jornal Tal e Qual, de fotografias de um político, nu, captadas num espaço de intimidade – uma casa de banho. O retratado não consentiu na sua captação e divulgação, conforme resultava de declarações suas constantes da notícia.

Em sede de oposição, defendeu o jornal ter decidido publicar as fotografias porque, depois dessas mesmas fotografias já se encontrarem no espaço público, já não podiam ser ignoradas, visavam um representante eleito, para além de constituir um caso inédito.

Considerou-se na deliberação da ERC que os órgãos de comunicação social podem e devem ignorar informação que circula nas redes sociais sempre que não tenham valor-notícia, ou quando da sua divulgação resulte uma lesão dos direitos de personalidade, sem que exista um interesse noticioso que possa justificar essa lesão.

A qualidade de figura pública do visado acarreta algumas consequências no que toca ao direito à imagem e ao direito à reserva da intimidade da vida privada. Contudo, não se considerou, no caso, legítima a divulgação de fotografias do visado nu, na casa de banho, contexto onde existe uma legítima expectativa de privacidade e resguardo contra intromissões de terceiros. Referiu-se ainda que, nos termos do n.º 3 do artigo 79.º do Código Civil, não é admissível a divulgação de fotografias «se do facto resultar prejuízo para a honra e reputação ou simples decoro da pessoa retratada». No caso, resulta manifesto que a fotografia divulgada constituía um prejuízo para a reputação do visado, bem como para o simples decoro da pessoa retratada.

Sublinhou-se também que as fotografias divulgadas não eram relevantes para aferir do desempenho profissional do político retratado, ou para avaliação do seu carácter e não revelavam qualquer atuação que contradissesse valores e princípios que defendia publicamente.

Concluiu-se pela violação dos limites à liberdade de imprensa, nos termos do artigo 3.º da Lei de Imprensa, designadamente pela violação do direito à imagem e do direito à reserva da intimidade da vida privada.

Deliberação ERC/2022/310 (CONTPROG-TV) esteve em causa uma queixa contra o programa “Dois às Dez”, da TVI. Foi visada na queixa a opinião emitida pela apresentadora do programa que, após entrevista em estúdio, na qual é

apresentada a versão de uma das partes relativamente a uma disputa familiar, profere o seguinte comentário: «e para estes familiares que nos estão a ouvir, ganhem vergonha na cara. É uma vergonha». Consideraram os queixosos que o comentário era passível de pôr em causa o seu direito ao bom-nome e reputação, nos termos do artigo 26.º, n.º 1, da CRP.

Na deliberação em apreço considerou-se não estar em causa o direito da entrevistada em contar a «sua história», mas apenas se o operador acautelou que não fossem lesados direitos de personalidade de terceiros, nos termos do artigo 27.º, n.º 1, da LTSAP. Coube assim verificar se o comentário proferido se inscrevia no âmbito do exercício típico da liberdade de expressão, nos termos do artigo 37.º, n.º 1, 1ª parte, da CRP.

Considerou-se que a opinião da apresentadora, enquanto manifestação subjetiva, estava legitimada ao abrigo do exercício da liberdade de expressão, uma vez que foi alicerçada na versão apresentada pela protagonista da história contada no programa, havendo razões para supor que a apresentadora estaria de boa-fé ao acreditar na veracidade dessa mesma história.

Contudo, referiu-se também que, tendo em conta a gravidade dos factos que foram apresentados, e tratando-se de uma matéria sensível, que envolvia desavenças familiares profundas e que punha em causa o bom-nome e reputação de terceiros, seria desejável que tivesse havido por parte do operador – como contributo cabal para a compreensão do caso – um esforço por deixar claro perante o telespectador que a história apresentada representava a versão unilateral da entrevistada, considerando o preceituado nos artigos 9.º e 34.º da LTSAP. Alertou-se também o operador para a responsabilidade social que reveste a sua missão e para a necessidade de zelar que os seus apresentadores e comentadores mantenham o distanciamento crítico e a equanimidade em relação aos assuntos de maior sensibilidade que se propõem discutir.

Deliberação ERC/2022/256 (CONTJOR) estava em causa uma queixa contra os jornais Inevitável e Nascer do Sol e contra os serviços de programas TVI e CNN Portugal, por violação dos direitos ao bom-nome e reputação e reserva da intimidade da vida privada.

A reportagem e peças jornalísticas em apreço continham imputações que atentavam contra a honra e reputação da queixosa, na medida em que criavam no leitor e no espectador a ideia de que, ao contrário dos princípios e valores que defendia publicamente, a queixosa teria incumprido uma obrigação fiscal, ainda que no plano meramente ético, para obter um benefício próprio.

Em face de uma notícia suscetível de pôr em causa o bom-nome e reputação de determinada pessoa, na medida em que lhe diminui o crédito de que goza na opinião pública, deve ponderar-se se a notícia prossegue um interesse digno de proteção jurídica.

Considerou-se que a atuação da queixosa, em matéria de cumprimento das suas obrigações fiscais, tendo em conta as posições e princípios que defende publicamente e também pela sua notoriedade política, tinha inegável interesse público.

Contudo, defendeu-se na decisão que o interesse noticioso não deve subalternizar a escrupulosa observância das *legis artis* aplicáveis à prática jornalística que, em parte, também pretendem contribuir para evitar a lesão de interesses de terceiros mercedores de proteção.

No caso em análise, entendeu-se que o facto de as peças publicadas pelos jornais visados não encontrarem correspondência nos conteúdos que foram publicados e ainda o facto de as peças publicadas e a reportagem emitida terem veiculado conteúdos que seguiram uma construção noticiosa parcial, demonstraram que não foram observadas as cautelas exigidas em termos de rigor informativo para um legítimo e correto exercício do direito de informar dos órgãos de comunicação social visados.

Como tal, concluiu-se pelo incumprimento do artigo 3.º, 2ª parte, da Lei de Imprensa, e 34.º, n.º 1 e 2, alínea b), da LTSAP.

Na deliberação em apreço foi também suscitada uma alegada violação do direito à privacidade da queixosa, uma vez que as notícias visadas expunham casas por si habitadas. Considerou-se na decisão que, sendo a casa uma exteriorização da pessoa e do seu modo de vida, o direito à reserva da vida privada poderá limitar ou mesmo impedir que sejam divulgadas fotografias destes espaços. No entanto, também se assinalou que, verificadas certas circunstâncias, pode-se verificar a compressão daquele direito, por prevalência do direito de informar e de ser informado. A proteção da reserva da intimidade da vida privada não é absoluta, conclusão que se retira do n.º 2 do artigo 80.º do Código Civil, que prevê que a «extensão da reserva de [vida privada] é definida conforme a natureza do caso e a condição das pessoas».

No caso em análise, considerou-se que as imagens em causa, por um lado, eram imagens que já faziam parte do domínio público aquando da sua divulgação e, por outro, não divulgaram informações da vida privada da queixosa, pelo que não se considerou violado o seu direito à privacidade.

Deliberação ERC/2022/156 (CONTJOR – I) foram visadas duas notícias publicadas pelo jornal O Mirante, nas quais eram feitas acusações graves contra o Presidente do Instituto de Emprego e Formação Profissional, que é qualificado de incompetente, caloteiro e terrorista. Na esteira do que tem sido a jurisprudência do Tribunal Europeu dos Direitos do Homem, defendeu-se que a liberdade de imprensa admite comentários críticos, polémicos e até provocatórios, que sejam assentes numa base factual mínima, mas já não admitirá comentários que sejam lidos como insultos gratuitos.

Sustentou-se que as afirmações contidas na notícia assentavam numa base factual – recusa em reconhecer uma dívida e condenação no pagamento de quantias devidas-, contribuem para um debate de interesse geral – o escrutínio da atuação de um dirigente – e referem-se a um responsável de um instituto público, analisando-se tanto em imputações de facto como em juízos de valor, sendo que estes partem de uma suficiente base de facto para estarem legitimados ao abrigo do direito à liberdade de expressão. Referiu-se também que as críticas publicadas não se dirigem à pessoa do seu dirigente, mas sim ao seu desempenho. Assim, entendeu-se que as expressões utilizadas que, num outro contexto poderiam ser consideradas desprimorosas ou mesmo ofensivas, traduziram-se numa crítica legítima pelo não reconhecimento de uma dívida que obrigou o visado a recorrer ao tribunal e esperar nove anos para obter uma reparação dos prejuízos sofridos.

Não se deixou, contudo, de considerar que, ainda que justificadas ao abrigo da liberdade de expressão, a hiperbolização que comportavam as expressões usadas poderia ter sido evitada em nome do princípio da rejeição do sensacionalismo, princípio que deve nortear a atividade jornalística.

Deliberação ERC/2022/389 (CONTJOR-NET) foi analisada uma queixa contra o jornal Observador pela publicação de uma notícia na qual se revelava a existência de uma ata que, segundo o jornal, teria sido agora conhecida e que, se tivesse sido apreciada no processo que tinha envolvido o queixoso, o resultado não teria sido de absolvição, mas de condenação.

A peça continha, assim, juízos atentatórios do bom-nome e reputação do queixoso, na medida em que insinuava que o queixoso era culpado de um crime de branqueamento de capitais em coautoria e que só terá sido absolvido porque o documento que alegadamente agora chegou à justiça portuguesa, não era anteriormente conhecido pelo tribunal.

Entendeu-se na decisão que, tendo em conta que o processo em causa apresentava ligações com o Banco Privado Português, cujo fim teve repercussões no sistema financeiro em Portugal, a eventual existência de novos elementos no processo em causa era matéria de interesse noticioso. Contudo, o interesse noticioso em caso algum deve subalternizar a escrupulosa observância das *legis artis* aplicáveis à atividade jornalística, destinada também a evitar a lesão de direitos de personalidade de terceiros, mercedores de proteção. No caso, o facto de o jornal ter feito um juízo de valor de culpabilidade em relação ao queixoso na apreciação de um documento sem, contudo, ter alicerçado essa interpretação numa fonte de informação complementar com competência para avaliar a matéria criminal em causa, não salvaguardou o princípio da presunção de inocência, subjacente ao dever de cumprimento do rigor informativo, nos termos do artigo 3.º, da Lei de Imprensa.

Deliberação ERC/2022/249 (CONTJOR-TV) é visada uma reportagem transmitida pela CMTV que reporta uma situação de conflito entre o Município de São João da Madeira e uma ex-funcionária. Nessa reportagem é divulgada uma gravação áudio de uma reunião de trabalho, não tendo sido identificada a origem da gravação. É referido que as funcionárias que participaram na reunião tinham a expectativa de que a reunião não estava a ser gravada e que as suas palavras não seriam divulgadas na comunicação social.

Considerou-se que a captação não autorizada de conversas e a sua subsequente difusão televisiva consubstanciavam uma violação do direito à palavra dos intervenientes que não deram o seu consentimento, nos termos do artigo 26.º, n.º 1, da CRP. Neste sentido, concluiu-se que o operador deveria ter-se abtido de divulgar a gravação áudio da reunião, uma vez que essa divulgação constituiu-se como lesiva do direito à palavra das intervenientes, manifestando também uma ausência de valor informativo do conteúdo da gravação.

Deliberação ERC/2022/203 (CONTJOR -TV) foi analisada uma queixa apresentada contra a CMTV pela divulgação numa reportagem do falecimento de uma mulher, vítima de um acidente rodoviário, antes de o seu filho e amigos próximos terem conhecimento da notícia, o que causou grande transtorno nesses familiares e amigos.

Na análise da peça visada na queixa, verificou-se que foram divulgados elementos de identificação da vítima como idade, sexo e local do acidente que permitiam ao núcleo familiar mais próximo identificar a pessoa que era referida na reportagem. O conjunto de elementos divulgados permitiam que a vítima do acidente se tornasse identificável para o seu núcleo mais próximo de amigos e familiares.

Foi ainda divulgado que o acidente tinha provocado a morte da pessoa acidentada, num momento em que ainda não se podia assegurar que os familiares e amigos mais próximos da vítima já haviam sido informados. Numa altura em que essa informação, mantida por vontade do queixoso no domínio privado, não era para ser divulgada publicamente.

Defendeu-se que, colocando numa perspetiva de ponderação o direito a informar e o direito à reserva da intimidade da vida privada (artigos 26.º, n.º 1, e 37.º da CRP), em particular o respeito pela dor e luto dos familiares, considerou-se que a reportagem não deveria ter veiculado quaisquer elementos que permitissem que a vítima se tornasse identificável, não existindo qualquer valor-notícia nessa identificação.

ATIVIDADE REGULATÓRIA SOBRE A GUERRA NA UCRÂNIA EM 2022

1. VISÃO GLOBAL

Durante o ano de 2022, a guerra na Ucrânia ocupou largamente o espaço mediático, designadamente o televisivo.

Nesse período, foi suscitada, por diversas vezes, a pronúncia da ERC sobre a cobertura jornalística da guerra na Ucrânia.

As participações, enviadas ao Regulador por cidadãos, visavam matérias atinentes ao rigor informativo, bem como à natureza violenta das imagens transmitidas.

O presente capítulo descreve a atividade deliberatória da ERC, em 2022, sobre este conflito, destacando alguns casos particulares em que foram utilizados conteúdos retirados de plataformas digitais, que se vieram a revelar falsos, descontextualizados ou manipulados.

Considerando o volume de participações sobre a guerra enviadas à ERC, foi ainda realizado um trabalho de análise de conteúdos televisivos que culminou, após consulta pública, na adoção da Diretiva/2022/1, de 24 de agosto de 2022, visando dirigir um conjunto de recomendações aos órgãos de comunicação social relativo à cobertura informativa de guerras e conflitos armados.

2. DELIBERAÇÕES SOBRE A GUERRA

Durante o ano de 2022, a ERC realizou diverso trabalho relacionado com a guerra na Ucrânia suscitado a partir de denúncias de cidadãos que fizeram chegar ao Regulador um conjunto de preocupações atinentes à cobertura jornalística do conflito.

Tais denúncias começaram a dar entrada na ERC logo no dia 25 de fevereiro de 2022, o dia seguinte ao início da invasão da Ucrânia pela Rússia.

Nas participações em que se identificou um conteúdo concreto, foi aberto procedimento oficioso, para apreciação do mesmo, no âmbito das competências e atribuições do Conselho Regulador, estipuladas nos seus Estatutos¹.

Assim, durante 2022, a ERC publicou nove (9) deliberações em que a guerra na Ucrânia era central nos conteúdos denunciados².

FIG. 1 – DELIBERAÇÕES SOBRE A GUERRA NA UCRÂNIA PUBLICADAS EM 2022

N.º da deliberação	Assunto
ERC/2022/173 (CONT-JOR-TV)	Participação contra a edição de 4 de março de 2022 do programa informativo “Guerra na Europa” da SIC Notícias, a propósito da entrevista a João Ferreira
ERC/2022/178 (CONT-JOR-I)	Participações contra a edição impressa de 25 de fevereiro de 2022 da publicação periódica Inevitável, a propósito da manchete “O dia em que a Europa tremeu”.
ERC/2022/190 (CONT-JOR-TV)	Queixa do Partido Comunista Português contra a SIC – peça transmitida na edição de 6 de março do “Jornal da Noite”.
ERC/2022/215 (CONT-JOR-TV)	Participação contra a CNN Portugal sobre a notícia da morte da criança ucraniana.
ERC/2022/248 (CONT-JOR-TV)	Queixa de Natalya Khmil e da Associação Amizade, contra a CNN Portugal por violação do dever de rigor informativo e do direito ao bom-nome e reputação na notícia com o título “A teia de ligações a Putin de associações que estão a acolher refugiados em Portugal”, publicada no site da CNN Portugal no dia 16 de abril de 2022.
ERC/2022/282 (CONT-JOR-TV)	Participação contra a CNN Portugal por utilização de imagens de um jogo de computador para retratar o início da invasão russa à Ucrânia – parecer após audiência de interessados.
ERC/2022/319 (CONT-JOR-TV)	Participação relativa a uma notícia emitida no “Primeiro Jornal”, de 12 de agosto de 2022, por falha de rigor informativo sobre a central nuclear de Zaporíjia, na Ucrânia.
ERC/2022/345 (CONT-JOR-TV)	Participação contra a RTP1 – Peça sobre a utilização de <i>cocktails Molotov</i> por civis ucranianos contra carros de combate russos.
ERC/2022/346 (CONT-JOR-TV)	Participação contra a SIC e SIC Notícias – Peça sobre um piloto ucraniano apelidado de “Fantasma de Kiev”.

Refira-se que, de acordo com a informação constante da Figura 1, as denúncias dos cidadãos recaem essencialmente sobre a cobertura jornalística da guerra na televisão. Apenas um caso se detém sobre conteúdos publicados na imprensa (ERC/2022/178 (CONTJOR-I))³.

¹ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

² Note-se que não se incluem neste conjunto as deliberações sobre Direito de Resposta cuja temática se relaciona com a guerra.

³ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=NzA0OWVhMzMtYTJjMCO0MGQwLTg4NTQ0OTZiNzljMjRiMDg0>

Destes procedimentos, destacam-se três deliberações aprovadas em 2022 sobre a cobertura jornalística televisiva da guerra na Ucrânia, em serviços noticiosos nacionais, e em que foram utilizados conteúdos retirados de plataformas digitais, que se vieram a revelar falsos, descontextualizados ou manipulados:

1. Na Deliberação ERC/2022/282 (CONTJOR-TV)⁴, foi apreciada a transmissão, num noticiário da CNN Portugal, de imagens de um jogo de computador para noticiar o início da invasão russa ao território ucraniano. Nessa deliberação, o Conselho Regulador verificou que as imagens de mísseis a rasgar o céu, utilizadas pela CNN Portugal, na madrugada de 24 de fevereiro de 2022, não correspondiam a qualquer ataque russo ocorrido em território ucraniano, não sendo sequer imagens que retratassem um acontecimento real, uma vez que foram retiradas de um jogo de computador. Considerou a ERC que a utilização destas imagens põe em causa as exigências em matéria de rigor informativo, impostas pela alínea b) do n.º 2 e pelo n.º 4 do artigo 34.º da Lei da Televisão de Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)⁵, sendo ainda suscetível de fragilizar a confiança dos telespectadores perante a informação jornalística prestada pelo operador televisivo. Em sequência, a CNN Portugal foi instada a respeitar escrupulosamente o rigor informativo, sobretudo na cobertura noticiosa de guerras e conflitos armados, devendo assegurar a idoneidade e a atualidade de imagens ou discursos provenientes de fontes de informação oficiais e não oficiais, de forma a não veicular conteúdos de desinformação ou propaganda. A ERC recomendou ainda à CNN Portugal que assumisse o seu erro, perante o seu público, dando assim cumprimento ao dever que resulta do artigo 14.º, n.º 2, alínea b), do Estatuto do Jornalista (EJ)⁶.
2. Na Deliberação ERC/2022/346 (CONTJOR-TV)⁷, foi analisada a exibição de uma notícia, no dia 25 de fevereiro, no “Jornal da Noite”, transmitido em simultâneo na SIC e SIC Notícias, sobre um piloto ucraniano, apelidado de “Fantasma de Kiev”, que alegadamente abatera vários caças russos. O Conselho Regulador da ERC deu por verificado que na peça transmitida foram utilizadas imagens de um jogo de vídeo de simulação de voo para retratar o atual conflito na Ucrânia e considerou que a utilização destas imagens põe em causa o rigor informativo da peça jornalística, imposto pela alínea b) do n.º 2 e no n.º 4 do artigo 34.º da LTSAP. Relembrou que o dever de rigor informativo impõe a verificação da autenticidade das imagens exibidas. Em sequência, instou a SIC e a SIC Notícias a respeitarem o rigor informativo, sobretudo na cobertura noticiosa de guerra e conflitos armados, devendo assegurar a idoneidade e a atualidade de imagens ou discursos provenientes de fontes de informação oficiais e não oficiais, de forma a não veicularem conteúdos de desinformação ou propaganda. Adicionalmente, recomendou que, nos *fact-checks* que realizem sobre conteúdos que divulgaram, assumam o facto de terem transmitido informação incorreta, reconhecendo o seu erro perante o público, dando cumprimento ao dever que resulta do artigo 14.º, n.º 2, alínea b), do EJ.
3. Na Deliberação ERC/2022/345 (CONTJOR-TV)⁸, foi analisada a exibição pela RTP1, no dia 1 de março de 2022, de uma peça noticiosa do “Telejornal” sobre a utilização de *cocktails* Molotov por civis ucranianos para abater carros de combate russos. O Conselho Regulador deu por verificado que a RTP1 exibiu imagens de um conflito de 2014, publicadas na plataforma de partilha de vídeos Youtube há vários anos, referindo-se às mesmas como imagens do atual conflito na Ucrânia, induzindo os telespectadores em erro quanto à sua atualidade e proveniência. Considerou que a utilização destas imagens põe em causa o rigor informativo da peça jornalística, imposto pela alínea b) do n.º 2 e no n.º 4 do artigo 34.º da LTSAP e, em sequência, instou a RTP1 a respeitar o dever de rigor informativo, assegurando a identificação, a idoneidade e a atualidade das imagens que exhibe.

A partir das questões suscitadas nestes três procedimentos, a ERC reiterou junto dos órgãos de comunicação social visados a necessidade de garantirem a verificação da origem das imagens, bem como a sua adequação e localização espacial e temporal.

⁴ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=MzkyMGQ1NDItNGRmMC00YzRhLTgyMjEtyjkyMjNhZDdiMzkz>

⁵ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

⁶ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

⁷ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=NzI3ZTdKNzktMjgzZi00NjEYLWESYzUtNjgwMmJlNDQyZjZi>

⁸ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=ZDA1YjE5NmItMmFhNy00NDRmLWFjNjEjNjE1ZTYyYmlwY2Vl>

As imagens, estáticas ou em movimento, não são meros acessórios do relato jornalístico, mas sim importantes fontes de informação noticiosa que devem acompanhar as exigências de rigor informativo, à semelhança dos outros factos jornalísticos.

O Regulador lembrou ainda aos órgãos de comunicação social em causa que a correção dos erros constitui uma desejável e meritória prática jornalística.

Nestas três deliberações, a ERC considerou ser essencial que, no ambiente atual em que prolifera a desinformação, os *media* noticiosos ditos tradicionais garantam uma informação rigorosa e pugnem por alcançar a máxima credibilidade junto do público, devendo posicionar-se como portos seguros onde se encontra informação de qualidade.

Por fim, importa também destacar a Deliberação ERC/2022/215 (CONTJOR-TV)⁹, em que foi apreciada uma notícia emitida na CNN Portugal, no dia 6 de março de 2022, sobre a morte de uma criança de 18 meses. O Conselho Regulador concluiu que as imagens da criança de 18 meses a ser transportada nos braços do padrasto, a ser reanimada sem sucesso, e dos pais a chorar em desespero, associadas ao relato do sucedido, são perturbadoras e, por isso, «suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes», tal como previsto na primeira parte do n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP, não tendo sido observado o disposto no n.º 10 do mesmo artigo, uma vez que não foi feita uma advertência prévia sobre a natureza impactante da peça jornalística. Em sequência, instaurou um procedimento contraordenacional com fundamento na possível violação dos artigos acima referidos.

⁹ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=YWIwMmE1MWQ0t0WE1ZS00ZGVlLTkzMzAtZj11ZmFjYTM1NDQz>



3. DIRETIVA SOBRE A GUERRA

Durante o ano de 2022, deram também entrada na ERC participações que questionavam, de uma forma mais genérica, a cobertura jornalística televisiva da guerra, sem concretizar os conteúdos em causa.

A título de exemplo, numa participação datada de 4 de abril de 2022, é referido que «seja no período da manhã, ao pequeno-almoço, ou no período da noite, ao jantar, sou obrigado a procurar canais alternativos para não “obrigar” as crianças a ver corpos de pessoas espalhados pelas ruas».

Outra participação, datada de 5 de abril de 2022, vem questionar se «o n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão foi suspenso e, se sim, desde quando e com que critérios», uma vez que «não tem havido estação televisiva que não tenha divulgado cenas de violência extrema à volta desta guerra Rússia/Ucrânia».

Assim, estas e outras participações questionam, no essencial, a emissão de imagens violentas do conflito que se desenrola na Ucrânia e remetem para os limites à liberdade de programação televisiva, tendo nomeadamente em vista a proteção do livre desenvolvimento da personalidade de crianças e jovens.

As participações em causa não mencionam qualquer serviço de programas televisivo, programa ou conteúdo particular, nem datas, pelo que se depreendeu que se dirigiam de forma genérica aos conteúdos informativos dos diversos serviços de programas televisivos nacionais.

Os participantes não colocavam em causa o interesse noticioso do conflito, apenas alertando para os excessos nas imagens exibidas, que consideravam desrespeitar os limites à liberdade de programação, no que concerne a conteúdos violentos, designadamente aqueles limites que se destinam a proteger a livre formação da personalidade de crianças e jovens.

De facto, a guerra na Ucrânia veio ocupar largamente o espaço mediático desde o seu início, em particular o noticioso, e a televisão não se exclui desta realidade. Tratando-se de um conflito armado, há diariamente acontecimentos violentos que, sendo captados, geram imagens violentas. Noticiar este tipo de ocorrências com recurso a imagens, essenciais à informação televisiva, acarretará sempre uma divulgação do impacto da violência exercida contra seres humanos. Em conflitos armados, as imagens fazem (ou pretendem fazer) prova do que se passa no terreno, sabendo-se que a sua emissão difundirá a brutalidade da situação vivida. É nessa medida que deve ser feita a ponderação sobre a necessidade de exibir determinados conteúdos violentos, refletindo sobre a relevância dos mesmos para a informação do público, tendo em conta os limites à liberdade de programação legalmente estipulados no artigo 27.º da LTSAP. O n.º 4 deste artigo dispõe: «A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas»¹⁰.

No entanto, há que considerar o facto de os conteúdos de natureza jornalística gozarem de uma proteção especial, de modo a permitir que aqueles que detenham interesse noticioso, incluindo os violentos, possam ser transmitidos sem a limitação horária acima aludida. Assim, estipula o n.º 10 do mesmo artigo 27.º: «Os elementos de programação com as características a que se referem os n.ºs 3 a 6 podem ser transmitidos em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecédidos de uma advertência sobre a sua natureza».

Considerando o teor das participações e em sequência de uma análise realizada aos blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI), transmitidos no dia 4 de abril de 2022 (data em que já tinha sido revelado o massacre de Bucha, coincidindo também com o dia em que o presidente da Ucrânia visitou o local), o Conselho Regulador da ERC adotou, no dia 25 de maio de 2022, um

¹⁰ Verificando-se um aparente conflito entre o disposto nos n.ºs 4 e 5, decorrente das alterações introduzidas pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, o Conselho Regulador adota a aplicação do n.º 4 da Lei da Televisão em detrimento do n.º 5.

“Guia de Boas-práticas para a Cobertura Informativa Televisiva de Guerras e Conflitos Armados”. O Guia foi submetido a consulta pública (que decorreu entre o dia 23 de junho e o dia 29 de julho de 2022), com vista à adoção de uma Diretiva destinada a incentivar padrões de boas-práticas para a cobertura informativa nos serviços de programas televisivos.

O procedimento de consulta pública dirigiu-se a todos os cidadãos, enquanto destinatários dos serviços de comunicação social, aos órgãos de comunicação social e demais interessados, e teve como objetivo promover a recolha de elementos e sugestões que pudessem contribuir para a estruturação de orientações que norteassem a cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados, pautando-a por um tratamento rigoroso e isento, garantindo o cumprimento das normas ético-legais próprias da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados.

Em resposta, foram recebidos contributos de órgãos de comunicação social e de outras entidades com interesse na matéria que, na sua grande maioria, acolheram positivamente a consulta pública, por considerarem o tema essencial e atual, apresentando sugestões e reflexões que permitiram um maior aprofundamento do mesmo.

Em sequência, foi aprovada a Diretiva/2022/1¹¹, de 24 de agosto de 2022, sobre a cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados, na qual o Conselho Regulador destacou os seguintes considerandos:

- a) Reconhecimento do relevante papel dos órgãos de comunicação social na tomada de conhecimento e na consciencialização de situações de guerra e conflitos, sendo certo que a utilização mediática de certas imagens, com uma efetiva carga emotiva e perturbante, teve um impacto decisivo no decurso da história;
- b) Há evidências de que a exposição a notícias sobre a guerra pode afetar negativamente a saúde psicológica, em especial de crianças e jovens, podendo gerar sentimentos de medo, ansiedade, insegurança e preocupação, promover a dessensibilização à violência e alimentar um sentido de desconexão com o mundo;
- c) O artigo 27.º da LTSAP determina limites à liberdade de programação com vista à proteção e ao respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos específicos das crianças e jovens, assim como pelos direitos, liberdades e garantias fundamentais;
- d) O mesmo artigo 27.º adota regras específicas para os serviços noticiosos, garantindo que, em determinadas circunstâncias, podem ser transmitidos conteúdos suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens, nomeadamente aqueles que contenham violência;
- e) Este regime especial, relativo aos serviços noticiosos, reflete a relevância do direito de informar, mas não legítima, por si, a exibição de todo e qualquer tipo de imagens, sons e relatos;
- f) As imagens, os sons e os relatos da guerra que tenham cariz violento podem ser transmitidos quando necessários à compreensão do acontecimento, informação, comentário ou opinião, desde que em respeito pelas normas éticas da profissão;
- g) Podem ser considerados violentos os conteúdos que contenham imagens, sons e/ou relatos suscetíveis de provocar, de acordo com um padrão de avaliação médio, perturbação nos espectadores, em particular crianças e jovens;
- h) A violência dos conteúdos pode resultar de opções editoriais que reforçam marcadamente a componente perturbadora associada ao relato, imagens e/ou sons;
- i) Em todo o caso, consideram-se violentas as imagens que exibam cadáveres, ferimentos expostos ou pessoas em sofrimento, sem tratamento editorial adequado.

Feitas estas considerações, o Conselho Regulador dirigiu as seguintes orientações e recomendações aos órgãos de comunicação social, em especial aos serviços de programas televisivos, relativas à cobertura informativa de guerras e conflitos armados, exortando-os ao seu acolhimento:

1. A exibição, quando editorialmente justificável, de imagens, sons e relatos da guerra que tenham cariz violento deve ser precedida de advertência expressa que permita aos espectadores uma decisão atempada sobre

11 Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=OTcwNjMyN2EtNDc5ZS00ZWU5LWE4ZTctNjIxMGQ1MTg2OTdm>

- o visionamento dos conteúdos em causa, em estrito cumprimento das normas éticas da profissão e acompanhada de uma indicação visual sobre a natureza violenta dos conteúdos;
2. É igualmente recomendável, sempre que seja o caso, a indicação escrita permanente no ecrã de que os conteúdos têm cariz violento;
 3. Deve ser evitada a exibição de imagens, sons e relatos de cariz violento em promoções a peças que irão ser transmitidas ao longo do alinhamento;
 4. A possível exacerbação dos acontecimentos através de relatos, imagens e/ou sons que reforcem marcadamente a sua componente perturbadora deve ser cuidadosamente avaliada e, quando suscetível de afetar a sua compreensão racional, evitada, devendo sempre prevalecer o valor informativo da narrativa jornalística;
 5. A exibição sucessiva (em repetição) de imagens violentas sem acréscimo de valor informativo deve ser evitada na generalidade dos conteúdos noticiosos, incluindo nos ecrãs fracionados;
 6. Se a exibição de imagens de cariz violento em ecrã fracionado for indispensável, deve ocorrer em estrito cumprimento das normas éticas da profissão, antecedida de uma advertência expressa e acompanhada de uma indicação visual sobre a natureza violenta dos conteúdos;
 7. De forma a proteger a imagem dos mortos e de feridos graves e a sua intimidade, é recomendável que os mesmos sejam filmados à distância ou com algum tratamento de imagem, devendo os rostos, ou quaisquer outros elementos que permitam a sua identificação, surgir ocultados;
 8. Na exibição de declarações de pessoas em manifesta situação de vulnerabilidade física, emocional ou psicológica, deve assegurar-se o seu obrigatório consentimento, preservar a sua identidade e garantir a sua segurança;
 9. Deve ser evitada a recolha de imagens e declarações de menores de idade, salvo se as mesmas forem imprescindíveis para o apuramento dos factos e se a sua reprodução através de discurso indireto do jornalista for inexequível, devendo em qualquer caso a sua identidade ser protegida;
 10. De forma a cumprir o dever de informar com rigor e isenção, os órgãos de comunicação social devem diversificar e verificar a credibilidade das fontes de informação e contextualizar os acontecimentos;
 11. Os órgãos de comunicação social devem identificar e distinguir claramente a exibição de conteúdos em direto daqueles exibidos em diferido;
 12. Devem ser sempre identificados no ecrã as datas, os locais e a origem das imagens exibidas, inclusive as de arquivo, de forma a não induzir falsas percepções nos espectadores e a cumprir as exigências de rigor informativo no que toca à identificação das fontes de informação;
 13. Considerando as dificuldades em obter, em contextos de guerra, informação fidedigna, os órgãos de comunicação social devem manifestar, perante os espectadores, as incertezas ou indeterminações que se coloquem, evitando a veiculação de factos não confirmados e de propaganda das partes em conflito;
 14. Os órgãos de comunicação social devem assegurar a idoneidade e a atualidade de imagens ou discursos provenientes de fontes de informação oficiais e não oficiais, de forma a não veicular conteúdos de desinformação;
 15. Os órgãos de comunicação social devem ter especial precaução com os conteúdos fornecidos por cidadãos ou obtidos através de redes sociais e a sua exibição apenas deve ser considerada quando o respetivo valor informativo for indispensável, devendo ser sempre verificada e identificada a sua origem;
 16. Devem ser evitados os conteúdos que veiculem discurso do ódio e ponderada a pertinência de referências a características de grupos sociais, como por exemplo, etnia, religião, orientação sexual, considerando a sua relevância informativa para o entendimento dos acontecimentos.

DIREITOS DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Em conformidade com os seus Estatutos, uma das atribuições da ERC¹ consiste em assegurar o exercício dos direitos de resposta e de retificação. Os direitos de resposta e de retificação são direitos constitucionalmente consagrados² e a sua apreciação representa uma parte significativa dos processos tramitados neste Regulador, pelo que se justifica uma análise autonomizada desta matéria.

Sucintamente, pode dizer-se que tem **direito de resposta** quem tiver sido objeto de referências, ainda que indiretas, que possam afetar a sua reputação e a boa fama e tem **direito de retificação** quem tiver sido objeto de referências inverídicas ou erróneas, ainda que lhe sejam favoráveis.

O regime aplicável aos direitos de resposta e de retificação encontra-se previsto na Lei de Imprensa, na Lei da Rádio e na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, consoante o meio de comunicação social em causa. Embora não exista um regime específico aplicável à Internet, entende-se que, à luz do princípio da neutralidade do suporte, os direitos de resposta e de retificação não podem ficar prejudicados, aplicando-se, por analogia, o regime jurídico que mais afinidades tenha com a situação concreta em causa (a um jornal *online* aplicar-se-á a Lei da Imprensa, por exemplo)³. De notar que, à semelhança do que acontece com os demais meios, também na internet, só estão sujeitos à regulação e supervisão da ERC as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português.⁴

1 Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

2 Artigo 37.º, n.º 4, da Constituição da República Portuguesa.

3 Com exceção do caso das rádios online, situação para a qual o legislador previu que fosse aplicável o regime previsto na Lei da Rádio (artigo 84.º da Lei da Rádio).

4 Artigo 6.º dos Estatutos da ERC.

A ter em conta na apreciação de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta é a Diretiva da ERC 2/2008, sobre a publicação de textos de resposta e de retificação na Imprensa, adotada a 12 de novembro de 2008.

Os **recursos** interpostos com fundamento na denegação ou cumprimento deficiente do exercício do direito de resposta ou de retificação seguem uma tramitação específica⁵ e mais célere, uma vez que visam a efetivação do direito de resposta em tempo útil. É por essa razão que, por exemplo, a resposta a um pedido da ERC, solicitando todos os elementos necessários ao conhecimento do recurso, deve ter lugar no prazo de «três dias a contar da receção do pedido».⁶

A interposição deste recurso na ERC pressupõe a observância de determinados requisitos, sendo necessário verificar, nomeadamente, a legitimidade do recorrente e o cumprimento do prazo previsto na lei para interposição do recurso, ou seja, «30 dias a contar da data da recusa ou da expiração do prazo legal para a satisfação do direito»⁷. A decisão da ERC pode ainda dar lugar à instauração de processo de contraordenação, que cabe à ERC instruir.⁸

No presente capítulo, procuraremos agregar o trabalho desenvolvido pela ERC em matéria de recursos por denegação ou cumprimento deficiente do direito de resposta em 2022.

2. QUESTÕES MAIS FREQUENTES EM 2022

Não cabendo aqui explicar o regime aplicável ao direito de resposta e de retificação, importa destacar algumas das questões que se revelaram mais controvertidas ao longo de 2022.

Um dos fundamentos de recusa identificado em vários dos recursos analisados respeita à convicção de que o texto respondido não integra palavras ou expressões suscetíveis de ofenderem a honra dos respondentes, questionando-se, pois, a própria **existência do direito de resposta**. Sobre este ponto é de salientar que a análise de tal suscetibilidade cabe, em primeira linha, aos Respondentes, apreciação essa que deve ser ponderada por critérios de razoabilidade.

De modo semelhante, tendo sido este um dos fundamentos para recusa mais invocado em 2022, vários órgãos de comunicação social recusaram a publicação de direitos de resposta por acreditarem que não é possível que seja exercido relativamente a um texto inicial rigoroso, construído com respeito por todas as regras deontológicas do jornalismo. Ora, o direito de resposta consiste numa oportunidade de dar ao visado a sua perspetiva sobre uma dada situação, caso sinta que o seu bom-nome ou reputação saíram lesados de um texto ou imagem publicados ou transmitidos num órgão de comunicação social. E tal pode ser feito de várias formas, tanto contradizendo diretamente os factos em questão, como apresentando elementos adicionais ou uma versão diferente da questão, por exemplo.⁹

Por vezes foi também recusada a publicação de um direito de resposta por se duvidar da **relação direta e útil** entre o texto inicial e a resposta.¹⁰ Neste ponto, cumpre notar que essa relação decorre de uma apreciação sobre a globalida-

⁵ Artigo 59.º e seguintes dos Estatutos da ERC.

⁶ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

⁷ Artigo 59.º dos Estatutos da ERC.

⁸ Artigo 24.º, n.º 3, alínea ac) dos Estatutos da ERC.

⁹ Note-se que as questões de rigor e de respeito pelas regras deontológicas do jornalismo, a apreciar pelo Conselho Regulador da ERC, na sequência de queixas e participações de iniciativa oficiosa, escapam à lógica do direito de resposta, não sendo este a sede própria para a sua análise.

¹⁰ A resposta ou a retificação encontram-se limitadas, entre outros, pela sua relação direta e útil com o texto que lhe deu origem (artigo 25.º, n.º 4, Lei da Imprensa, artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio e artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

de do documento e que só quando a resposta seja de todo alheia ao tema em causa e seja irrelevante para desmentir, contestar ou modificar a impressão causada pelo texto inicial é que pode ser recusada com esse fundamento.¹¹

A recusa com base na **extensão** excessiva da resposta foi também um fundamento recorrentemente invocado. Ora, o texto de resposta não deve exceder 300 palavras ou o número de palavras do texto que lhe deu origem, tanto na imprensa como na rádio.¹² Na televisão, a resposta ou a retificação não podem exceder o número de palavras do texto que lhe deu origem.¹³ No caso de a resposta ser mais extensa, o tratamento da questão depende do meio de comunicação social em causa. Na imprensa, prevê-se expressamente a possibilidade de o respondente pagar a publicação da parte em excesso pelo valor equivalente ao da tabela de publicidade comercial redigida do periódico.¹⁴ Na rádio e na televisão, o operador deve, nas 24 horas seguintes ao conhecimento do texto, convidar o interessado a encurtá-lo. Só quando o respondente não o faça dentro das 48 horas seguintes é que o operador pode recusar a divulgação da totalidade do texto.¹⁵

Outro dos fundamentos mais invocado ao longo de 2022 foi a alegação de erros processuais, seja extemporaneidade do recurso, envio ou receção não comprovada, endereçamento do pedido a pessoa diversa do diretor de programação ou informação do órgão de comunicação social visado.¹⁶

A este respeito, importa sublinhar ser fundamental a diligência e zelo por parte do respondente, impondo-se que garanta o envio por meio que comprove a sua receção pelo destinatário, que o dirija à pessoa do diretor do jornal ou, no caso da rádio ou televisão, ao diretor de programação ou informação, consoante a natureza do conteúdo em causa, mas acima de tudo que o faça atempadamente e preferencialmente o mais rapidamente possível após a divulgação da peça respondida. É ainda de referir que, para melhor compreensão do pedido, não só deve ser claramente invocado o direito de resposta, como bem delimitado o texto que se pretende ver publicado, incluindo o título, por forma a evitar que as missivas dirigidas aos órgãos de comunicação social sejam indevidamente interpretadas como texto de resposta ou não seja perceptível o que se pretende ver publicado.¹⁷

Por outro lado, é de salientar que, quando as leis setoriais referem a necessidade de identificação do autor do texto, não se trata, necessária ou obrigatoriamente, de apresentar o cartão de identificação do respondente, mas antes o nome completo e morada. Todavia, e **em casos de fundadas suspeitas** pelo órgão de comunicação social quanto à identidade ou legitimidade do respondente, pode aquele requerer a apresentação de cartão de identificação ou documento que legitime a sua intervenção, mas tal não é obrigatório, nem a sua ausência, por si só, pode fundamentar a recusa de publicação ou divulgação do direito de resposta.

11 Neste sentido, Cf. acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, de 13-10-2009 (Processo 576/09.7TBBNV.L1).

12 Artigo 25.º, n.º 4, da Lei de Imprensa e artigo 61.º, n.º 4, da Lei da Rádio.

13 Artigo 67.º, n.º 4, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

14 Artigo 26.º, n.º 1, da Lei de Imprensa.

15 Artigo 68.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido e artigo 62.º, n.º 2, da Lei da Rádio.

16 Artigo 67.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido; artigo 61.º da Lei da Rádio e artigo 25.º da Lei de Imprensa.

17 A este propósito, vide Deliberação ERC/2020/188(DR-NET) e Deliberação ERC/2021/215(DR-NET).

3. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Para efeitos do presente capítulo, serão tidos em conta alguns processos que entraram ainda no final de 2021, mas que apenas foram concluídos em 2022, sendo considerados, pois, na contabilização das deliberações proferidas, que são todas as aprovadas em 2022.

Ao longo do ano em análise, foram proferidas 56 Deliberações sobre direitos de resposta e de retificação pelo Conselho Regulador. É, assim, de salientar o aumento de deliberações face a 2021, ano em que foram aprovadas 46 Deliberações.

À semelhança do que foi feito nos relatórios anteriores, apresenta-se de seguida uma análise das **deliberações** adotadas, procurando identificar algumas tendências verificadas nestes recursos no ano em questão.

Em 2022, constatou-se a manutenção da percentagem de recursos apresentados contra operadores de televisão, 19 % em 2021 e 21 % em 2022. Na imprensa de expansão nacional verificou-se um aumento, relativamente ao ano anterior, da percentagem de recursos apresentados, de 31 % em 2021, para 37 % em 2022. A imprensa de expansão local e regional apresenta percentagens menores do que no ano precedente, de 23 %, em 2021, para 13 % em 2022 (Cf. Figura 1). Assistiu-se a um ligeiro aumento da percentagem de recursos apresentados contra publicações periódicas *online*, perfazendo 27 % dos órgãos de comunicação social visados, por comparação com os 25 % registados no ano anterior. Continuando a tendência dos anos anteriores, não foram apresentados recursos sobre direito de resposta ou de retificação na rádio.

FIG. 1 - TIPO DE MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL RECORRIDO

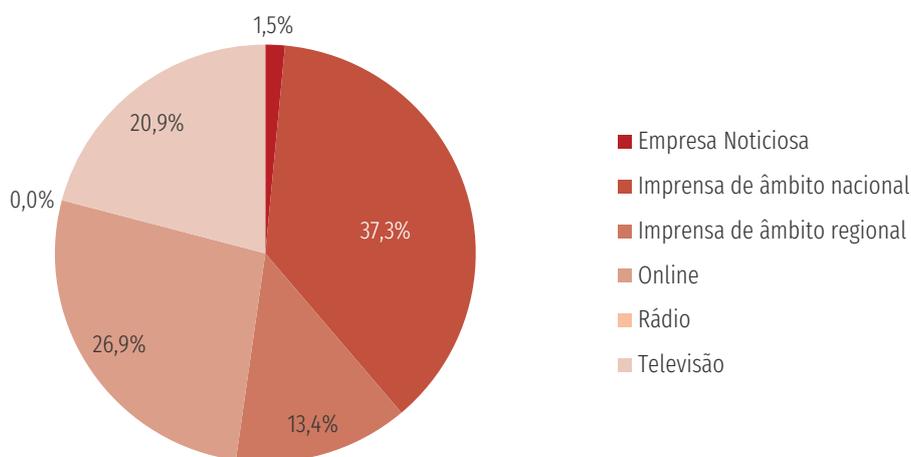


FIG. 2 - IDENTIFICAÇÃO DO NOME DO MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL RECORRIDO

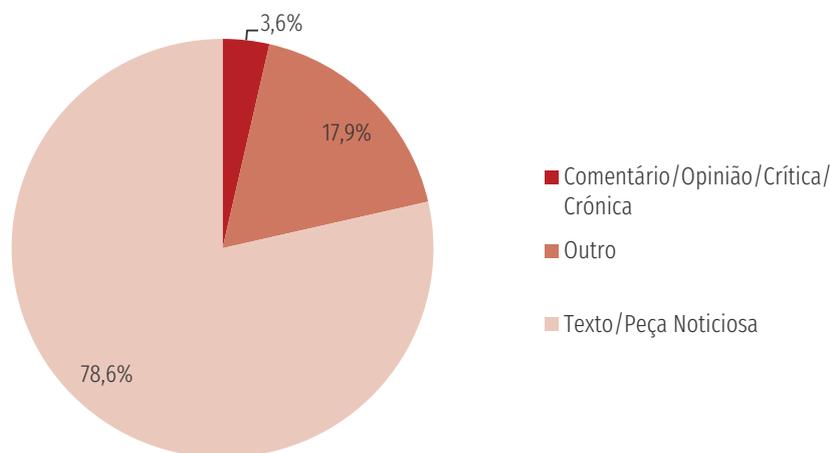
Órgão de Comunicação Social Recorrido	N.º de Recursos	%
Sábado	1	2%
Observador	1	2%
Visão	2	4%
RTP1	1	2%
Expresso	7	13%
Esquerda.net	2	4%
Tal & Qual	3	6%
Barcelos Popular	1	2%
Semanário V	1	2%
SIC	3	6%
SIC Notícias	1	2%

FIG. 2 - IDENTIFICAÇÃO DO NOME DO MEIO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL RECORRIDO

Órgão de Comunicação Social Recorrido	N.º de Recursos	%
Polígrafo	1	2%
Porto Canal	1	2%
Público	4	8%
O Minho	1	2%
Freguês de Benfca	1	2%
Caminha 2000	2	4%
Odivelas Notícias	1	2%
LUSA	1	2%
Diário de Notícias da Madeira	1	2%
Deco Proteste Editores	1	2%
Fama TV	1	2%
CNN Portugal	6	11%
CMTV	2	4%
Soberania do Povo	1	2%
Correio da Manhã	4	8%
Notícias de Coimbra	1	2%
Roda Viva- Arouca	1	2%
Total	53	100%

No que respeita ao género jornalístico que motivou a apresentação destes recursos, verifica-se que a maior parte incidu sobre peças jornalísticas, 79 % (Cf. Figura 3). As peças de opinião/comentário originaram a apreciação de 18 % dos recursos e na categoria “outro” foram analisados 4 % dos recursos.

FIG. 3 - GÉNERO JORNALÍSTICO DA PEÇA/ARTIGO QUE ORIGINOU O RECURSO



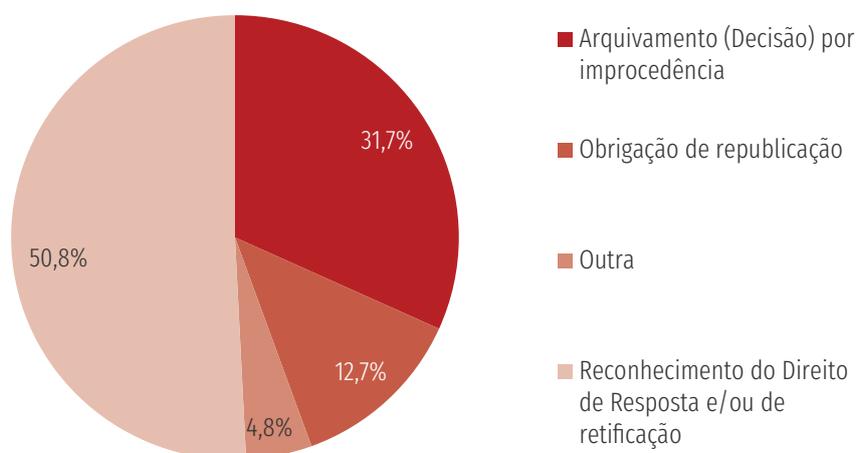
Sobre este ponto, realça-se que os direitos de resposta e de retificação podem incidir sobre todos os géneros jornalísticos, incluindo os espaços de comentário, relativamente aos quais, amiúde, é sustentado pelos órgãos de comunicação social que consiste no mero exercício de liberdade de expressão e crítica. Ora, não se trata, no âmbito da apreciação dos recursos na ERC, de qualquer limitação a tal liberdade, livremente exercida aliás, mas tão-somente de permitir ao visado, pelas suas próprias palavras, transmitir a sua posição e a sua visão sobre a questão ou factos divulgados, garantindo assim uma igualdade de armas entre quem tem acesso direto aos órgãos de comunicação social e neles livremente opina e os visados por essas mesmas opiniões e críticas, alcançando-se, preferencialmente, o mesmo público-alvo.¹⁸

¹⁸ A este propósito, vide Deliberação ERC/2022/31 (DR-TV) e Deliberação ERC/2022/34 (DR-TV) – Ambos os recursos entrados em 2021.

Relativamente ao sentido das decisões proferidas pelo Conselho Regulador da ERC em 2022, verificou-se uma diminuição das decisões de arquivamento por improcedência, fundamentadas na extemporaneidade do exercício do direito, ilegitimidade do Respondente, falta de prévia tentativa de exercício, nos termos regulares, do direito de resposta junto do órgão de comunicação social visado, e mesmo por se constatar, em alguns casos, carecerem manifestamente de fundamento, seja por não se verificar qualquer ofensa ao bom-nome ou reputação, informação falsa, inexacta ou incompleta que sustente a titularidade do direito (Cf. Figura 4):

- i) Arquivamento por improcedência (32 %);
- ii) Reconhecimento da pretensão do Recorrente, ou seja, reconhecimento do direito (51 %) e, consequentemente, a determinação da publicação/transmissão da resposta;
- iii) Obrigação de republicação da resposta (13 %);
- iv) Outra (5 %).

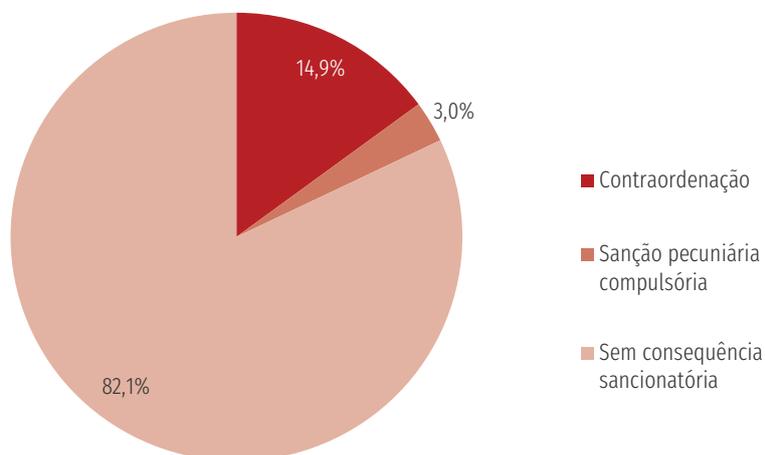
FIG. 4 - SENTIDO DA DECISÃO



No ano em análise, a maioria das deliberações da ERC foi no sentido do reconhecimento do direito de resposta ou de retificação, incluindo-se aqui as situações em que houve reconhecimento do direito, bem como as situações em que foi imposta a obrigação de republicação (64 % das deliberações).

Por último, em dez dos processos (15 %) analisados pela ERC em 2022 foi determinada a abertura de processos de contraordenação contra o proprietário do órgão de comunicação social, assinalando-se ainda que em dois processos (3 %) foi determinada uma sanção pecuniária compulsória pelo atraso na publicação da resposta (Cf. Figura 5).

FIG. 5 - CONSEQUÊNCIAS



A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC



1. VISÃO GLOBAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) foi criada pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, e tem como função principal o exercício dos necessários poderes de regulação e de supervisão de todas as entidades que possam atividades de comunicação social em Portugal.

De forma a prosseguir os seus objetivos, a ERC é instituída, de acordo com o artigo 1.º, n.º 2, dos seus Estatutos, como uma pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, com natureza de entidade administrativa independente que visa assegurar as funções que lhe foram constitucionalmente atribuídas, regendo-se pelo disposto nos seus Estatutos, pelas disposições legais que lhe sejam especificamente aplicáveis e, subsidiariamente, pelo regime aplicável aos institutos públicos, na prossecução dos princípios da legalidade e da especialidade.

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC o processamento e a aplicação de sanções pela prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social¹.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções².

¹ Artigo 67.º, n.º 1, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

² Artigo 67.º, n.º 3 dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social³ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal⁴.

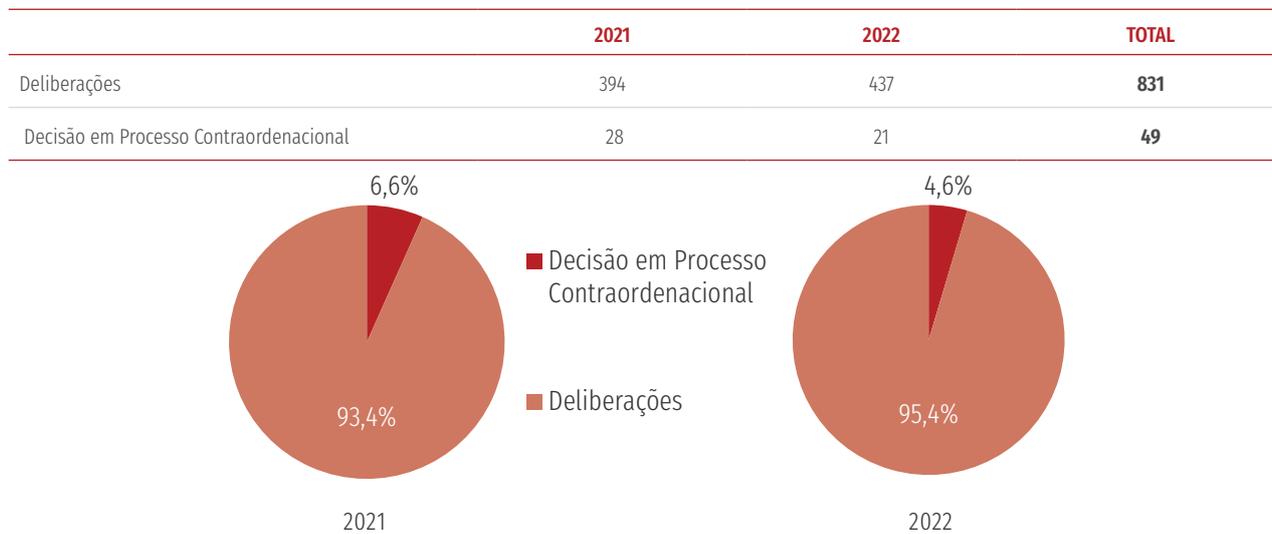
Por deliberação do Conselho Regulador da ERC de 26 de janeiro de 2022, foi criada a Unidade de Contraordenações (UCO) que entrou em funcionamento a 1 de fevereiro de 2022, encontrando-se atualmente sob a dependência direta do Departamento Jurídico.

Na criação da UCO estiveram primordialmente subjacentes preocupações de uniformização e de coerência nas decisões sancionatórias proferidas pelo Conselho Regulador, tendo havido o entendimento de que a ERC, enquanto entidade reguladora com quase duas décadas de existência, deveria ser dotada de uma unidade dedicada exclusivamente às contraordenações, com juristas especializados nesta matéria, a fim de se permitir a centralização da tramitação dos processos de contraordenação, devendo, a partir da criação desta unidade, todos os departamentos e unidades da ERC que entendam, fundamentadamente, que se justifica propor a abertura de um determinado processo de contraordenação contra determinada entidade, solicitar tal junto do Conselho Regulador, o qual, se assim o entender, reencaminhará o mesmo para a UCO que ficará encarregue de assegurar o seu bom andamento. Deste modo, a UCO detém a competência exclusiva para o processamento das contraordenações, nos termos do artigo 21.º, n.º 4 do Regulamento Interno e Orgânico da ERC.

2. PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO DECIDIDOS E ABERTOS EM 2022

Em 2022, o Conselho Regulador da ERC adotou 437 deliberações relativas a autorizações, processos de contraordenação, conteúdos, direito de reposta, direito dos jornalistas, licenças, obrigações de programação, pareceres, pluralismo, registos, publicidade, sondagens, transparência e outros (Cf. Figura 1).

FIG. 1 – COMPARATIVO ENTRE DELIBERAÇÕES ADOTADAS E DECISÕES PROFERIDAS EM PROCESSO CONTRAORDENACIONAL NOS ANOS 2021 – 2022



* Fonte: Base de dados interna da ERC

³ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro.

⁴ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março.

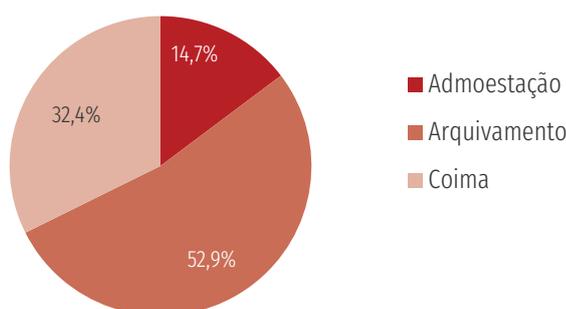
Do total de 437 Deliberações aprovadas em 2022, mencionado na Figura 1, 21 correspondem a Decisões finais proferidas no âmbito de procedimentos contraordenacionais, o que representa 4,6 % do total das Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2022. Tais Decisões respeitam a processos cuja abertura foi iniciada em anos anteriores, mas a respetiva conclusão ocorreu durante 2022.

A juntar a estas Decisões finais, o Conselho Regulador da ERC adotou 13 Informações de arquivamento, o que dá um total de 34 processos de contraordenação concluídos em 2022, dos quais 11 resultaram na aplicação de coima (32,4 %), em cinco processos (14,7 %) foi aplicada a sanção de admoestação e 18 processos foram arquivados (52,9 %), como se observa na Figura 2.

FIG. 2 – DISTRIBUIÇÃO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO POR TIPO DE SANÇÃO APLICADA NOS ANOS 2021-2022 (ANO DE DECISÃO)

	2021	2022	TOTAL
Arquivamento	11	18	29
Admoestação	4	5	9
Coima	13	11	24
TOTAL	28	34	62

Tipologias de decisão aplicadas processos de contraordenação em 2022



*Fonte: Base de dados interna da ERC

Em comparação com o ano de 2021, verificou-se uma ligeira redução das Decisões de aplicação de coima e um aumento muito ligeiro de admoestações. Por seu turno, as decisões de arquivamento do processo contraordenacional tiveram um acréscimo de 63 % face ao ano de 2021.

Dos 18 processos de contraordenação que culminaram em decisão de arquivamento, 10 respeitam a infrações de normas estabelecidas no Decreto Regulamentar n.º 8/99 de 9 de junho, designadamente o incumprimento do artigo 8.º e 13.º do citado diploma.

O Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, regula o registo dos órgãos de comunicação social, bem como dos respetivos operadores e fornecedores nacionais ou sujeitos à jurisdição do Estado português, no âmbito do direito internacional aplicável.

Os dez processos de contraordenação que determinaram decisão de arquivamento incidiram sobre o registo de publicações periódicas. O incumprimento do artigo 13.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, que obriga o registo das publicações periódicas previamente ao início da sua edição, representa um processo arquivado e o incumprimento do artigo 8.º do citado diploma, que determina a obrigatoriedade de averbamento das alterações que sobrevenham aos elementos constantes do registo ser requerido no prazo máximo de 30 dias contados a partir da data da sua verificação, representa nove processos arquivados.

Dos nove processos arquivados por violação do artigo 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, destacam-se as decisões fundadas em economia processual (2) e em sucessão de leis no tempo (4).

O arquivamento por economia processual espelha a função reguladora e de supervisão consubstanciadas nas competências da ERC determinadas pelos seus estatutos que se concretizam na regularização e na consonância do registo da atividade dos órgãos de comunicação social com a lei na pendência do processo de contraordenação, no respeito pelo interesse público na gestão dos, já escassos, recursos técnicos e humanos da entidade reguladora.

O arquivamento do processo pela aplicação da sucessão de leis no tempo assenta na transposição da Diretiva (EU) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que procedeu à harmonização no quadro normativo europeu da oferta de serviços de comunicação social audiovisual.

Foi necessário proceder a alterações no Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho e harmonizar a regulamentação do registo na entidade reguladora. Assim, excluiu-se da nova redação do Decreto Regulamentar n.º 8/99, os elementos já necessariamente reportados pelo respetivos operadores à ERC, ao abrigo do disposto na Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação, mais concretamente a identificação dos órgãos sociais, o capital social e a relação discriminada dos seus titulares, sendo revogadas as alíneas que estatuíam essas informações como elementos do registo, (alíneas c) e d) do n.º 1 do artigo 17.º na redação dada pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro).

Atendendo à despenalização decorrente da revogação das alíneas c) e d) do n.º 1 do artigo 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, à luz do princípio da legalidade, cujo corolário é o princípio da tipicidade, assim como os princípios da proibição da retroatividade da lei criminalizadora e da aplicação da lei mais favorável, constitucionalmente consagrados no artigo 29.º, da Constituição da República Portuguesa, refletidos no artigo 2.º e 3.º do Regime Geral das Contraordenações, há claramente lugar à aplicação da lei mais favorável ao arguido.

Assim, os processos de contraordenação que assentavam no incumprimento das alíneas c) e d) do n.º 1 do artigo 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, com a aplicação retroativa da lei mais favorável, foram arquivados por extinção da responsabilidade contraordenacional.

A ERC é, pelas suas atribuições, a entidade com competência para o processamento das contraordenações em matéria de comunicação social e para a aplicação das respetivas coimas. O valor das coimas por si aplicadas e o produto das custas processuais cobradas em processos contraordenacionais constituem receitas da ERC.

Em 2022, o Conselho Regulador da ERC deliberou a aplicação de 11 (onze) coimas no valor global de 147 250,00 euros, conforme se indica:

1. Deliberação ERC/2022/6 (DR-I-PC), de 5-01-2022 – coima de 2000,00 euros;
2. Deliberação ERC/2022/62 (CONTJOR-TV-PC), de 16-02-2022 – coima de 10 000,00 euros;
3. Deliberação ERC/2022/77 (CONTJOR-TV-PC), de 9-03-2022 – coima de 10 000,00 euros;
4. Deliberação ERC/2022/155 (CONTPROG-TV-PC), de 25-05-2022 – coima de 20 000,00 euros;
5. Deliberação ERC/2022/230 (PROG-TV-PC), de 13-07-2022 – coima de 30 000,00 euros;
6. Deliberação ERC/2022/241 (REG-I-PC), de 20-07-2022 – coima de 250,00 euros;
7. Deliberação ERC/2022/247 (PUB-R-PC), de 20-07-2022 – coima de 1500,00 euros;
8. Deliberação ERC/2022/291 (DR-I-PC), de 7-09-2022 – coima de 1000,00 euros;
9. Deliberação ERC/2022/378 (OUT-TV-PC), de 16-11-2022 – coima de 50 000,00 euros;
10. Deliberação ERC/2022/417 (PROG-TV-PC), de 14-12-2022 – coima de 20 000,00 euros;
11. Deliberação ERC/2022/428 (PUB-NET-PC), de 28-12-2022 – coima de 2500,00 euros.

Devido à adoção de uma política sancionatória essencialmente pautada por preocupações de prevenção geral e especial, os montantes das coimas aplicadas pelo Conselho Regulador da ERC situam-se muito próximos do valor mínimo da moldura abstrata da coima aplicável a cada infração.

Não obstante, importa também ter em consideração que, por força da impugnação judicial da decisão condenatória, o valor das coimas pode ser objeto de redução pelo tribunal. Em 2022, do total das 11 decisões de aplicação de coima, três foram objeto de recurso judicial. Por esta razão e por outras vicissitudes (por exemplo, pagamento da coima em prestações ou aplicação do instituto de suspensão da coima), a receita efetivamente cobrada quanto a coimas durante o ano de 2022 é substancialmente menor do que o valor global acima referenciado, aplicado pelo Conselho Regulador.

No que respeita à abertura de processos de contraordenação, em 2022 registou-se um acréscimo significativo no número de processos instaurados (20 %) comparativamente a 2021, conforme se observa na Figura 3.

FIG. 3 – COMPARATIVO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO ABERTOS NOS ANOS 2021-2022

Processos de contraordenação	2021	2022	TOTAL
	40	48	88

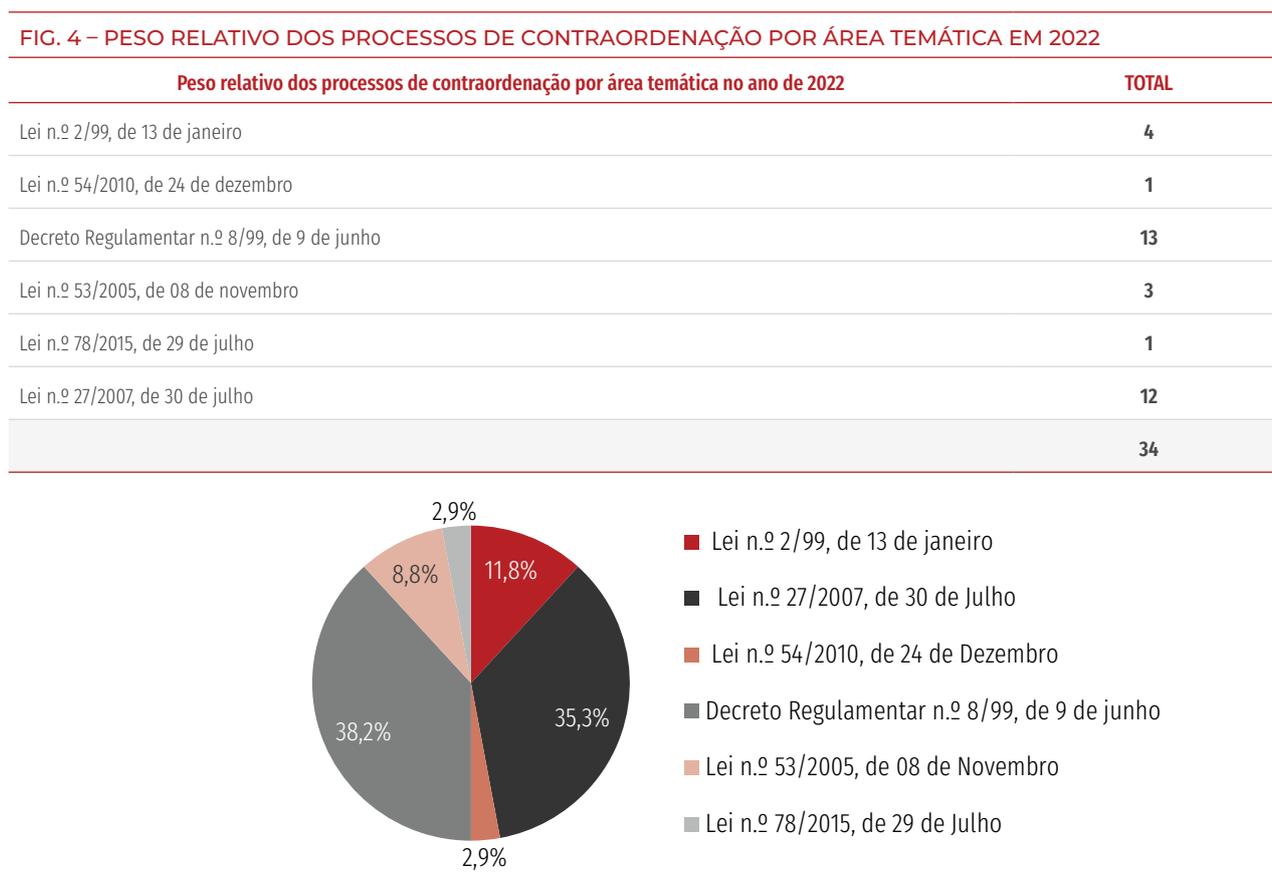
* Fonte: Base de dados interna da ERC

As infrações que estão na origem da instrução dos processos de contraordenação em 2022 são de diversa natureza, estando em causa seis diplomas aplicáveis ao exercício da atividade de comunicação social, a saber:

- Registo das publicações periódicas das empresas jornalísticas, das empresas noticiosas, dos operadores de rádio e dos operadores de televisão (Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de Junho, retificado pela Declaração de Retificação n.º 10-BC/99, de 30 de junho, e alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2008, de 27 de fevereiro, pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro e pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro);
- Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de Julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho);
- Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, Lei n.º 78/2015, de 29 de julho e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro);
- Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, alterada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de junho, Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e Lei n.º 78/2015, de 29 de julho);
- Estatutos da ERC (Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro); e
- Lei da Transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho).



O quadro da Figura 4 apresenta uma perspetiva do peso relativo dos processos de contraordenação por área temática quanto ao tipo de ilícito registado em 2022.



* Fonte: Base de dados interna da ERC

Legenda: Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro (Lei de Imprensa); Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio); Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho (Registo de órgãos de comunicação social); Lei n.º 53/2005, de 08 de novembro (Estatutos da ERC); Lei n.º 78/2015, de 29 de julho (Lei da Transparência dos Media); Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

A leitura do quadro da Figura 4 permite concluir que, em 2022, a maioria das decisões em procedimentos contraordenacionais respeitam à violação do disposto no artigo 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, ou seja, ao incumprimento da obrigação de averbamento das alterações supervenientes aos elementos constantes do registo, com um acréscimo de 100 % face ao ano anterior. A inobservância do dever de registar na ERC a publicação periódica antes do início da sua publicação (artigo 13.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho) também foi objeto de apreciação em mais processos em 2022 do que em 2021.

Em 2022, contrariamente ao ano de 2021, foram vários os procedimentos em que estava em causa a violação do disposto no artigo 29.º da LTSAP, que determina que os operadores de televisão não podem alterar a programação anunciada com uma antecedência inferior a 48 horas.

Outra temática que não foi apreciada em 2021, mas que foi objeto de três processos em 2022, foi o incumprimento do dever de colaboração com a ERC previsto no n.º 5 do artigo 53.º dos Estatutos desta entidade.

Registou-se ainda um aumento das Decisões em que se apreciou a violação do disposto no artigo 27.º da LTSAP, que impõe restrições à transmissão televisiva de conteúdos suscetíveis de influir negativamente o livre desenvolvimento da personalidade de crianças e jovens.

Em 2022, também se verificou um crescimento das Decisões que dizem respeito ao incumprimento da Lei da Imprensa, designadamente o artigo 26.º, sobre os requisitos para a publicação do texto de resposta e de retificação, e o artigo 28.º, que institui o dever de identificar, nas publicações periódicas, toda a publicidade redigida ou a publicidade gráfica, que como tal não seja imediatamente identificável, com a palavra “Publicidade” ou “PUB”.

Apreciaram-se, em 2022, três temáticas que não foram abordadas nas decisões aprovadas em 2021. A primeira delas refere-se ao incumprimento do plano plurianual de acessibilidades (artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP, na redação dada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril), a segunda à falta de identificação do patrocínio em programas radiofónicos (artigo 40.º da Lei da Rádio) e a terceira temática prende-se com o incumprimento das obrigações de comunicação à ERC de informação económica e financeira previstas na Lei da Transparência, aprovada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

Em contrapartida, em 2022, não houve Decisões em matéria de tempo reservado à publicidade (artigo 40.º da LTSAP), colocação de produto (artigo 41.º-A da LTSAP) e direito de resposta e retificação em programas televisivos (artigo 68.º da LTSAP).

3. IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

Quanto ao recurso de impugnação judicial da Decisão de aplicação de coima, o tribunal com competência especializada e territorial de âmbito nacional para conhecer das questões relativas a recurso, revisão e execução das decisões, despachos e demais medidas determinadas em processos de contraordenação pelas entidades administrativas independentes com funções de regulação e supervisão, nas quais se inclui a ERC, é o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (doravante, TCRS).

Por outro lado, quando existem indícios que possam eventualmente configurar a prática de crime, esses processos são necessariamente objeto de participação ao Ministério Público.

Da leitura da Figura 5 resulta que o ano de 2022 registou um número bastante inferior de Decisões, objeto de impugnação judicial, do que no ano anterior, correspondendo a um decréscimo de 33,3 %.

FIG. 5 – DECISÕES IMPUGNADAS POR ANO 2021- 2022

Decisões impugnadas	2021	2022	TOTAL
	9	3	12

Decisões impugnadas em 2022



* Fonte: Base de dados interna da ERC

Quanto às sentenças proferidas em 2022 relativas a decisões de aplicação de coima proferidas pela ERC em processo contraordenacional e objeto de impugnação judicial, deixamos as seguintes referências:

- Decisão de aplicação de coima no valor de 75 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 41.º -A, n.ºs 3, 4 e 5 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), pela Deliberação ERC/2021/147 (PUB-TV-PC), de 5 de maio de 2021. Por sentença datada de 21 de março de 2022, proferida no âmbito do Processo n.º 167/21.4YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa, a qual foi ainda confirmada por Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (TRL), de 26 de setembro de 2022 (Processo n.º 167/21.4YUSTR.L1);
- Decisão de aplicação de coima no valor de 10 000,00 euros à Cofina Media, S.A., por violação do n.º 8 do artigo 27.º da LTSAP, pela Deliberação ERC/2022/62 (CONTJOR-TV-PC), de 16 de fevereiro de 2022. Por sentença datada de 20 de junho de 2022, proferida no âmbito do Processo n.º 123/22.5YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa, a qual foi confirmada por Acórdão do TRL de 21 de dezembro de 2022 (Processo 123/22.5YUSTR.L1);
- Decisão de aplicação de coima no valor de 30 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação dos n.ºs 5 e 6 do artigo 41.º-A da LTSAP, pela Deliberação ERC/2021/49 (PUB-TV-PC), de 9 de fevereiro de 2021. Por sentença datada de 28 de outubro de 2021, proferida no âmbito do Processo n.º 89/21.9YUSTR, o TCRS reduziu a coima para 22 000,00 euros, a qual foi confirmada por Acórdão do TRL de 25 de fevereiro de 2022 (Processo 89/21.9YUSTR.L1);
- Decisão de aplicação de coima no valor de 40 000,00 euros à RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação dos n.ºs 1 e 2 do artigo 68.º e n.º 1 do artigo 69.º da LTSAP, pela Deliberação ERC/2021/125 (DR-TV-PC), de 21 de abril de 2021. Por sentença datada de 8 de fevereiro de 2022, proferida no âmbito do Processo n.º 131/21.3YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa, mas suspendeu a coima em metade e pelo período de um ano, a qual foi confirmada por Acórdão do TRL de 26 de setembro de 2022 (Processo 131/21.3YUSTR.L1);
- Decisão de aplicação de coima no valor de 75 000,00 euros à Cofina Media, S.A., por violação do n.º 8 do artigo 27.º da LTSAP, pela Deliberação ERC/2021/95 (CONTJOR-PC), de 24 de março de 2021. Por sentença datada de 8 de fevereiro de 2022, proferida no âmbito do Processo n.º 88/21.0YUSTR, o TCRS julgou procedente o recurso, absolvendo a Arguida;
- Decisão de aplicação de coima no valor de 3000,00 euros à Barcul – Sociedade de Comunicação e Cultura, S.A., por violação do n.º 7 do artigo 26.º da Lei de Imprensa (LI), pela Deliberação ERC/2021/277 (DR-I-PC), de 29 de setembro de 2021. Por sentença datada de 18 de fevereiro de 2022, proferida no âmbito do Processo n.º 364/21.2YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa.

Por seu turno, das três decisões de aplicação de coima proferidas pelo Conselho Regulador da ERC em 2022 e que foram impugnadas, uma já tem sentença proferida. Trata-se da Deliberação ERC/2022/378 (OUT-TV-PC), de 16 de novembro de 2022, que condenou a RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A. a uma coima no valor de 50 000,00 euros, por violação do n.º 3 do artigo 34.º da LTSAP, na redação em vigor à data dos factos. Por sentença datada de 17 de março de 2023, proferida no âmbito do Processo n.º 16/23.9YUSTR, o TCRS manteve a decisão administrativa.

Entre as sentenças que foram proferidas em 2022, destaca-se o recurso de impugnação judicial interposto em julho de 2021, pela TVI – Televisão Independente, S.A. contra a Decisão ERC/2021/147 (PUB-TV-PC), de 5 de maio de 2021, que aplicou uma coima no valor de 75 000 euros. Estava em causa a colocação de produto de diversas marcas nos episódios da telenovela “A Única Mulher” sem cumprir os requisitos previstos nos n.ºs 3, 4 e 5 do artigo 41.º-A da LTSAP. Na referida sentença, o tribunal aprofunda a interpretação dos critérios legais para a colocação de produto.

Assim, em relação à violação do disposto no n.º 3 do artigo 41.º-A da LTSAP, que estatui que «a colocação de produto não pode influenciar os conteúdos e a sua organização na grelha de programas, de modo que afete a responsabilidade e a independência editorial do operador de televisão», o TCRS considerou que «existiu antes uma sobreposição da marca à narrativa, sendo evidente a existência de um enfraquecimento da autoridade do autor sobre o conteúdo editorial da sua obra vertida na novela em causa, evidenciando os factos provados que as decisões dos autores sobre os conteúdos dessa obra passaram a estar influenciadas pelos interesses promocionais do anunciante em causa. (...)

A obra moldou-se, conformou-se, submeteu-se às necessidades da comunicação promocional da marca, existindo uma corrupção do autor pelos interesses económicos dessa marca, sujeitando a sua obra a uma contaminação exterior à sua livre e autónoma criatividade, ou seja, foi afetada a sua independência editorial».

Com efeito, a sentença destaca que várias das cenas descritas nos factos provados «em nada serviram para o enredo, senão mesmo para promover a marca» e que «Há antes uma paragem evidente do enredo, para dar pura e simplesmente relevo aos produtos notoriamente publicitados, numa igualmente notória corrupção da independência editorial».

A TVI veio defender ainda que a novela em causa não foi por si produzida, mas por uma produtora externa. Contudo, o TCRS considerou que «é imputada à pessoa coletiva os factos praticados não apenas pelos seus órgãos sociais, mas também por pessoas que a mesma utiliza para o exercício da sua atividade ou por causa dela. Tal implica que os factos praticados por estas pessoas se transferem para a pessoa coletiva, exceto se se demonstrar que o agente atuou contra ordens ou instruções expressas desta ou que atuou exclusivamente no seu próprio interesse. Assim sendo, ainda que se tenha servido de terceiro para desenvolver a obra, não pode ser afastada a responsabilidade da Recorrente por esse facto, na medida em que manter uma integridade editorial da obra é um dever que sobre si, enquanto operadora televisiva, recai».

Quanto ao incumprimento do disposto no n.º 4 do artigo 41.º-A da LTSAP, o qual estipula que «os programas que sejam objeto de colocação de produto não podem encorajar diretamente à compra ou locação de produtos ou serviços, nomeadamente através de referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços», o TCRS referiu que «tendo em vista o momento temporal da cena em causa (momento de inscrição para o curso em questão), o próprio cenário em que se visualiza com grandes planos a marca da UAL, a menção de descontos reais na aquisição do “produto”, tal traduz-se numa patente intenção de levar os consumidores a adquirirem o bem/serviço em causa, sendo isso o que é vedado, estando em causa um evidente incitamento à compra do serviço».

Do mesmo modo, realça a citada decisão judicial que «tendo em conta o tipo de argumentos exibidos, tipicamente publicitários, em que são feitas alusões expressas a descontos e/ou preços mais baixos e à qualidade dos produtos (“ser de melhor qualidade” implica juízos evidentemente valorativos, nada objetivos, sendo claras as referências promocionais específicas a esses produtos ou serviços, por isso), tendo em vista a evidência que é dada ao serviço e produto promovidos, ambos associados ao “Continente/Meu Super”, com cenários que não deixam passar despercebida a mesma marca, que entra pela casa do telespectador de forma perturbante, onde a história é colocada em segundo plano, sendo dado destaque à marca, que passa a usar de forma extensiva o tempo de programação, em vez de esse tempo ser usado pela obra artística, tal traduz-se num manifesto designio de levar os consumidores a adquirirem os bens/serviços em causa, o que é legalmente vedado, estando em causa um evidente incitamento à aquisição».

Finalmente, no que se refere à inobservância do disposto no n.º 5 do artigo 41.º-A da LTSAP, que estabelece que «a colocação de produto não pode conceder relevo indevido a produtos, serviços ou marcas comerciais, designadamente quando a referência efetuada não seja justificada por razões editoriais ou seja suscetível de induzir o público em erro em relação à sua natureza, ou ainda pela forma recorrente como aqueles elementos são apresentados ou postos em evidência», o TCRS verificou que «assiste-se a uma forma recorrente na apresentação das marcas em causa, sendo feitas alusões às mesmas com argumentos tipicamente publicitários, já que não são objetivos, antes eivados de juízos de valor, concedendo-se um relevo a tais marcas, dentro da obra em causa, que não é justificado por razões editoriais, pondo-se as mesmas em constante evidência».

Mais acrescenta que «é evidente que se não fosse pela marca, jamais a narrativa iria contemplar esse tipo de expressões. (...) este tipo de considerações sobre um produto, são considerações destituídas de qualquer sentido dentro de uma obra artística. Na verdade, se a Recorrente quer aproximar a novela à realidade, como refere, com este tipo de argumentos publicitários, está a fazer o contrário, na medida em que não é normal, dentro de um contexto familiar, existir este tipo de considerações. O espectador é confrontado com excertos publicitários de um produto dentro de uma novela que está a assistir e isso viola obviamente as regras da colocação de produto».

Conclui que «estão em causa partes da novela que importam um excessivo relevo que é dado às marcas e que em nada serve à narrativa ou sequer ao espaço cénico envolvente, verificando-se colocações da marca em cena de forma evidentemente forçada, com argumentos de publicidade».

Outra decisão que merece destaque é a sentença proferida no âmbito do recurso interposto em abril de 2022 pela Cofina *Media*, S.A. contra a Decisão ERC/2022/62 (CONTJOR-TV-PC) de 16 de fevereiro de 2022, que aplicou uma coima no valor de 10 000,00 euros, por violação do disposto no n.º 8 do artigo 27.º da LTSAP. Estava em causa a transmissão de imagens de vídeo da cobertura noticiosa transmitida pelo serviço de programas CMTV nos dias 14, 15 e 16 de julho de 2016 sobre o ataque terrorista ocorrido durante a celebração do dia da Bastilha, em 14 de julho de 2016, em Nice.

O TCRS considerou que «as imagens transmitidas pela Recorrente são imagens de violência extrema, pois reproduzem pessoas que aparentam estar mortas e feridas e com sinais claros de terem sido vítimas de um ataque violento, designadamente a existência de sangue e posições desarticuladas (...). A imagem de pessoas aparentemente mortas causa sempre, quaisquer que sejam as circunstâncias, um grande impacto em qualquer pessoa, criança, adolescente ou adulto, pois é suscetível de gerar sentimentos de angústia e medo. (...) Esta impressão é fortemente exponenciada, no caso, tendo em conta os sinais referidos reveladores de que as vítimas foram alvo de um ataque violentíssimo e inesperado e a informação divulgada acerca das circunstâncias desse ataque, designadamente uma investida com um camião, contra pessoas anónimas e sem qualquer envolvimento com o agressor e/ou com as suas causas e motivações, num espaço público suscetível de ser frequentado por qualquer pessoa, num dia e num momento de celebração nacional e num contexto de terrorismo motivado pelo fundamentalismo religioso, sendo igualmente transmitidas imagens e sons da aflição sentida no momento da investida e fotografias (...). Em suma, um contexto revelador de que qualquer pessoa pode estar sujeita a um ataque semelhante, sem que o consiga evitar».

Assim, o TCRS entendeu que as referidas imagens eram suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação de personalidade de crianças e adolescentes, pelo que a sua transmissão só podia ser feita se respeitados os requisitos do n.º 8 do artigo 27.º da LTSAP.

A este respeito o TCRS verificou que os dois primeiros requisitos deste preceito se encontravam preenchidos, uma vez que as imagens foram exibidas em serviços noticiosos e revestiam interesse público.

No entanto, o TCRS considerou que os requisitos de forma – apresentação dos conteúdos com respeito pelas normas éticas da profissão e advertência prévia da sua natureza – não foram respeitados. Com efeito, as «sucessivas repetições em *loop* das imagens» não se mostram justificadas «pelo interesse jornalístico subjacente à exibição das imagens, pois não é necessária para que se cumpra o propósito de documentar, com verdade e integridade, a natureza trágica do evento e para sensibilizar os telespectadores para a gravidade do fenómeno. Para além disso, a exibição repetida aumenta a probabilidade de os telespectadores serem apanhados desprevenidos ao ligarem a CMTV, comprometendo-se, nessa medida e em larga medida, o efeito da advertência prévia. Ademais, essa repetição constante também põe em causa a importância do enquadramento efetuado pela Recorrente, por via de vários comentadores em estúdio e do debate da relevância dos acontecimentos, ao alterar o foco de atenção, sendo certo que esse enquadramento é – conforme a própria Recorrente salienta e reitera – necessário para justificar a exibição das imagens. Por conseguinte, a repetição das imagens em *loop* apenas serve objetivamente para gerar sensações exageradas, despertada pela mera visualização das imagens, não para cumprir e assegurar a missão subjacente ao interesse jornalístico que deve estar subjacente à sua visualização», tendo ficado também provado que não foi efetuada a advertência prévia.

Por conseguinte, o TCRS manteve a decisão da ERC de aplicação de coima no valor de 10 000 euros, a qual foi confirmada pelo Tribunal da Relação de Lisboa.

4. CONCLUSÕES

Em 2022, a ERC decidiu 34 processos de contraordenação (mais 21,4 % relativamente ao ano anterior), dos quais, aproximadamente 32,4 % — o equivalente a 11 processos — terminaram com a aplicação de coima num montante global de 147 250,00 euros.

Além dos 11 processos em que foram aplicadas coimas, 14,7 % resultaram em admoestação (cinco processos) e 52,9 % dos processos foram arquivados (18 processos).

As principais infrações sancionadas estiveram relacionadas com as seguintes matérias:

- Averbamento das alterações supervenientes ao registo (artigo 8.º do DRR);
- Início de atividade pelas entidades proprietárias de publicações periódicas antes de efetuar o registo (artigo 13.º do DRR);
- Alterações à grelha de programação com uma antecedência inferior a 48 horas (artigo 29.º da LTSAP);
- Transmissão de conteúdos suscetíveis de influir negativamente na livre formação da personalidade de crianças e adolescentes (artigo 27.º da LTSAP);
- Direito de resposta na imprensa (artigo 26.º da LI);
- Dever de colaboração com a ERC (artigo 53.º dos Estatutos da ERC);
- Dever de identificação dos conteúdos publicitários na imprensa (artigo 28.º da LI).

Durante o ano de 2022, a ERC procedeu à instauração de 48 novos processos de contraordenação (mais 20 % do que no ano anterior). Na generalidade das situações está em causa o mesmo tipo de infrações verificadas nos processos decididos.

O quadro legal do processamento das contraordenações prosseguido pela ERC está em perfeita consonância com a natureza e sentido do ilícito de mera ordenação social e, por outro lado, com as especificidades próprias do mercado da comunicação social, acompanhando o entendimento jurisprudencial que tem vindo a ser produzido nas diversas matérias.



VOLUME I

Os Meios

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO



1. VISÃO GLOBAL

As regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais, encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Nos termos do n.º 1 do artigo 10.º do referido diploma, compete à ERC verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos na lei, bem como o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

A despesa de aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado, deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º.

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «Deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que são publicados no seu *website* em www.erc.pt, como determina o n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma plataforma digital, o portal PIE, através do qual as entidades promotoras comunicam as despesas de aquisição de publicidade, em cada campanha, detalhando o investimento efetuado em cada meio de divulgação utilizado.

As entidades devem ainda fazer acompanhar a comunicação da adequada documentação de suporte, designadamente os comprovativos que permitam à ERC validar as despesas declaradas pela entidade.

Em 2022, foram comunicadas **112 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **33 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **6 462 708,69 euros**, dos quais foi destinada uma verba de **2 384 267,78 euros** a meios de comunicação social **de âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **36,9 %** da verba global comunicada pelas entidades.

Segundo informação prestada pelas entidades promotoras, cerca de **36 campanhas** foram distribuídas através de agências de publicidade, movimentando um total de **4 249 779, 64 euros**.

Em comparação com os dados de 2021, verifica-se que ocorreu um ligeiro aumento do número de campanhas, no entanto, o investimento comunicado foi expressivamente inferior.

Quanto à fiscalização do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugado com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro, no cumprimento do referido dever, no ano em análise, registaram-se **cinco casos** em que não foram destinados a meios regionais/locais os investimentos correspondentes a uma percentagem mínima de 25 %, nos termos previstos na lei.

Todavia, importa dar nota de que, em 2022, a percentagem do investimento publicitário, nos meios regionais e locais reflete uma evolução positiva, tendo atingido cerca de **37 %**, face aos 25 % registados em 2021.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

As regras e os deveres de transparência a que fica sujeita a realização de campanhas de publicidade institucional do Estado (doravante PIE), bem como as regras aplicáveis à sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais encontram-se previstas na Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação social local e regional.

Encontram-se abrangidos pelos deveres de comunicação e transparência os serviços da administração direta do Estado, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial, em conformidade com o disposto no artigo 2.º do referido diploma.

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de PIE, deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do normativo aplicável.

As entidades que realizam campanhas de PIE devem ainda investir em «órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

A fim de obter os dados necessários para a verificação e fiscalização da lei aplicável, a ERC desenvolveu uma plataforma digital através da qual as entidades promotoras comunicam a aquisição de espaços publicitários, por campanha, apresentando a documentação comprovativa das despesas previstas.

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 11.º do mesmo normativo, a ERC é responsável pela elaboração de um relatório mensal sobre as campanhas comunicadas, que disponibiliza no seu sítio eletrónico www.erc.pt.

Importa salientar que a esta entidade ainda não é atribuída qualquer competência sancionatória, cabendo-lhe apenas o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

Igualmente, nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, em 2022, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados atingiram um total de **6 462 708,69 euros**, dos quais **2 384 267,78 euros** foram destinados a OCS de âmbito regional/local. As despesas são indicadas no quadro da Figura 1, bem como as respetivas entidades responsáveis.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2022

Entidade	Nº de campanhas	Total	Total Local + Regional
Secretaria-Geral da Presidência de Conselho de Ministros	3	196 686,69€	58 204,43€
Secretaria-Geral do Ministério do Ambiente	4	161 622,08€	131 837,68€
Centro de Recrutamento da Força Aérea	4	101 390,42€	28 037,30€
Secretaria-Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	10	1 010 690,92€	325 503,58€
Instituto Politécnico de Viseu	2	3 290,00€	790,00€
Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, E.PE.	1	2 357,91€	2 357,91€
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	1	580 000,00€	229 157,99€
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	11	22 820,00€	4 800,00€
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	4	5 094,24€	0,00€
Direção-Geral da Saúde	4	1 900 786,82€	930 820,79€
Direção Regional de Cultura do Alentejo	1	17 472,00€	17 472,00€
Instituto Politécnico de Lisboa	2	3 730,20€	0,00€
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	268 185,42€	67 880,88€
OPART - Organismo de Produção Artística, E.PE.	3	40 380,46€	18 063,66€
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	3	3 036,30€	150,00€
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	142 834,43€	36 627,26€
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	1	14 128,92€	4 321,91€
Instituto da Mobilidade e dos Transportes, IP	3	184 945,82€	46 442,92€
EPAL	14	95 820,56€	23 456,80€
Águas do Vale do Tejo, S.A.	1	4 820,11€	2 966,60€
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	2	1 350,00€	0,00€
Instituto da Segurança Social, I.P.	1	67 745,08€	19 164,29€
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	3	50 276,77€	32 902,77€
Secretaria-Geral da Educação e Ciência	6	81 781,00€	54 530,00€
Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	1	296 119,33€	110 720,61€
Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna	2	211 515,26€	29 465,09€
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	1	1 539,19€	1 539,19€
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	2	783 922,86€	196 957,22€
Centro Hospitalar de Leiria, EPE	4	2 147,90€	2 147,90€
Casa Pia de Lisboa, I.P.	2	8 036,00€	0,00€
Águas do Centro Litoral, S.A.	1	3 910,00€	3 910,00€
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.PE.	9	189 124,00€	4 039,00€
Imprensa Nacional Casa da Moeda	2	5 148,00€	0,00€
Totais	112	6.462.708,69€	2.384.267,78€

4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

As campanhas de PIE podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

De acordo com o n.º 3 do artigo 5.º da referida norma, nas situações em que estão envolvidas agências de publicidade, as entidades promotoras «devem acompanhar a execução dos contratos celebrados nos termos dos números anteriores, nomeadamente no que respeita às relações de subcontratação e à aquisição de espaços publicitários através de agências de publicidade (...)».

Em 2022, foram comunicadas **36** campanhas de publicidade em que ocorreu a intervenção de agências de publicidade, correspondendo a um investimento de **4 249 779,64 euros**, dos quais **2 022 791,75 euros foram destinados a OCS regionais e locais**.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidade	C/ agência (n.º)	C/agência (€)	Regional/Local (€)
Secretaria- Geral da Presidência de Conselho de Ministros	1	166 186,43	58 204,43
Centro de Recrutamento da Força Aérea	4	101 390,42	28 037,30
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	9	1 007 155,92	325 503,58
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	580 000,00	229 157,99
Direção-Geral da Saúde	1	645 871,00	930 820,79
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	3	268 185,42	67 880,88
Águas de Portugal	1	142 834,43	36 627,26
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	1	180 007,82	46 442,92
Instituto da Segurança Social	1	67 745,08	19 164,29
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	6	81 781,00	54 530,00
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	2	211 515,26	29 465,09
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	2	783 922,86	196 957,22
Casa Pia de Lisboa	2	8 036,00	
Imprensa Nacional Casa da Moeda	2	5 148,00	
Total	36	4249 779,64	2 022 791,75

5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A CINCO MIL EUROS

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, conjugada com as alterações introduzidas pelo artigo 432.º da Lei n.º 75-B/2020, de 31 de dezembro (Orçamento do Estado para 2021), «Deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25% do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 5000€».

No ano em análise foram comunicadas 57 campanhas que envolveram investimentos **iguais ou superiores a cinco mil euros**.

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5 MIL EUROS

Campanha	Entidade	Total (€)	Regional /Local (€)	Regional /Local (%)
Pura EPAL. Pura como a nossa água		17 740,00	5100,00	29
Reabilitação (Telheiras)	EPAL	37 309,56	15 956,80	43
Natal Bule Costa Nova		6900,00	1900,00	28
Projetos 2022 –Teatro Nacional de São Carlos		21 571,47	9600,00	45
Espectáculos 2022-Teatro Nacional de São Carlos e Companhia Nacional de Bailado	OPART – Organismo de Produção Artística	9131,68	3625,00	40
Divulgação Companhia Nacional de Bailado		9677,31	4838,66	50
Evento Anual PO SEUR 2021		6625,35	4775,35	72
A segurança é a sua praia 2021	SG do Ministério do Ambiente	86 012,64	62 426,84	73
Não deixes cair a máscara		64 035,49	64 035,49	100
Divulgação de Projetos PRR	Agência para a Modernização Administrativa	10 126,04	0,00	0
Campanha de Natal e Ano Novo		645 871,00	161 620,76	25
Campanha COVID-19 –Testagem	Direção-Geral da Saúde	122 956,64	63 266,44	51
Campanha COVID-19 –Nova Fase		381 860,60	381 860,60	100
COVID19 Natal e Ano Novo – Medidas Gerais		750 098,58	324 072,99	43
Agenda Cultural da Região Alentejo	Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 472,00	17 472,00	100
Campanha de Natal 2021	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	92 959,52	22 904,44	25
Campanha de Ano Novo 2022		87 437,07	22 493,34	26
Agenda da Inovação para a Agricultura20/30 –Terra Futura	Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral	296 119,33	110 720,61	37
Salgueiro Maia – Comissão Comemorativa 50 Anos 25 de Abril	SG da Presidência de Conselho de Ministros	28 151,50	8325,00	30
Portugal Chama 2022 – AGIF		166 186,43	48 568,18	29
Divulgação Prémio Agostinho Roseta	Instituto do Emprego e Formação Profissional	24 028,00	18 000,00	75
Oferta Educativa e Formativa da Casa Pia de Lisboa 2021/2022	Casa Pia de Lisboa	5726,00	0,00	0
Academia da Força Aérea_2022	Centro de Recrutamento da Força Aérea	19 061,66	6061,66	32
Skills Digital 2022	Instituto do Emprego e Formação Profissional	10 898,34	5748,34	53
Repetição da votação C. Eleitoral da Europa – Eleição AR 22	SG do Ministério da Administração Interna	29 366,91	0,00	0
Eleição da Assembleia da República – 2022		182 148,35	29 465,09	16*

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5MIL EUROS

Campanha	Entidade	Total (€)	Regional /Local (€)	Regional /Local (%)
Estatuto do Cuidador Informal – COVID-19		404 862,29	262 880,31	65
Estágios ATIVAR.PT – COVID-19		17 322,03	5052,53	29
ATIVAR.PT. COVID-19		98 196,83	11 651,31	12*
MAREEES – COVID-19		12 844,77	6296,23	49
Adaptar os locais de trabalho/proteger os trabalhadores – COVID-19	SG do Min. Do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	364 673,40	15 628,37	4*
Incentivo ATIVAR.PT – COVID-19		17 207,05	5052,53	29
Prevenção nos Lares – COVID-19		43 844,93	5437,16	12*
Atualização de dados e Promoção dos Serviços Digitais – COVID-19		42 860,16	8665,81	20*
Jovem mais Digital – COVID-19		5344,46	1754,33	33
Resultado 30 de setembro de 2021 e E.volui		15 675,00	5775,00	37
VIII Seminário Nacional Educação e Formação de Adultos		6081,00	1750,00	29
Resultados a 31-12-2021		10 780,00	5780,00	54
Evolui 2.0	SG da Educação e Ciência	7300,00	3100,00	42
Resultados do POCH a 31/03/2022		13 900,00	5100,00	37
Minutos POCH- Um minuto a E.voluir – Segunda Vaga		29 950,00	29 950,00	100
Curso de Formação de Oficiais e Praças		35 094,95	8883,21	25
Curso de Formação de Oficiais, Sargentos e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	38 439,00	10 893,14	28
Piloto Regime de Contrato_2022		8794,81	2199,29	25
O Futuro é coletivo	Instituto da Mobilidade e dos Transportes	180 007,82	45 892,92	25
Feira de Hannover 2022		25 000,00	0,00	0**
Feira Hannover 2023		34 900,00	0,00	0**
AICEP – Madrid		37 800,00	0,00	0**
Delegação da AICEP Londres	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	20 000,00	0,00	0**
AICEP Espanha		6935,00	0,00	0**
Conferência AICEP 2022 – Exportação & Investimento		6039,00	4039,00	67
Delegação da AICEP Nova Iorque		50 500,00	0,00	0**
Creche Feliz – Rede de Creches Gratuitas	Instituto da Segurança Social, I.P.	67 745,08	19 164,29	28
Promoção da Sardinha	Docapesca	14 128,92	4321,91	31
Feche a Torneira	Águas de Portugal	142 834,43	36 627,26	26
Autoproteção no risco de incêndios rurais		713 696,90	179 358,44	25
Gestão de Combustível/Limpeza de terrenos	Aut. Nac. De Emergência e Proteção Civil	70 225,96	17 598,78	25

*Investimentos em meios regionais/locais inferior a 25% (incumprimento do n.º 1, do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto).

** As campanhas promovidas pela AICEP, uma vez que se destinam ao estrangeiro, não estão sujeitas à obrigação de investir pelo menos 25 % do total em meios regionais/locais.

Os planos de distribuição das campanhas comunicadas ao longo de 2022 encontram-se detalhados nos relatórios mensais elaborados pela ERC e disponibilizados em:

<https://www.erc.pt/pt/estudos/publicidade--/relatorio-sobre-publicidade-institucional-do-estado/>

De acordo com o exposto, os casos que configuram incumprimento são comunicados ao Tribunal de Contas, nos termos do n.º 3, do artigo 10.º do diploma aplicável.

6. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS POR MEIOS

No que respeita à análise da distribuição da publicidade pelos meios, verificou-se que foi abrangido um universo de **561 OCS**, dos quais **502 são regionais e locais**.

A **Imprensa** reflete a maior diversidade, com **277** títulos selecionados, seguindo-se a **Rádio**, com **210**, o **Digital**, com **59** e, por último, a **Televisão**, com **15** serviços de programas contemplados.

Os meios de âmbito regional e local integraram um total de **502 meios**, com destaque para a **Imprensa (248)**, seguindo-se a **Rádio (205)** e ficando em último o **Digital**, com apenas **49**.

FIG. 4 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS (N.º)

TIPO	GLOBAL	REGIONAL/LOCAL
IMPRESA	277	248
RÁDIO	210	205
DIGITAL	59	49
TELEVISÃO	15	-
TOTAL	561	502

Relativamente ao montante investido, verifica-se que este foi de cerca de **6,5 milhões de euros**, continuando a ter maior incidência no meio televisivo, que recebeu cerca de **2,47 milhões de euros**.

À **Imprensa** foram destinados cerca de **1,87 milhões de euros** e à **Rádio** **1,32 milhões de euros**. Os Outros Meios obtiveram cerca de **292 mil euros** e o **Digital** captou apenas cerca de **110 mil euros**.

No que se refere aos OCS **regionais e locais**, o investimento mais elevado foi destinado à **Rádio**, perto de **1,3 milhões de euros**, seguindo-se a **Imprensa**, com pouco mais de **1 milhão de euros** e, em último, o **Digital** com cerca de **84,3 mil euros**.

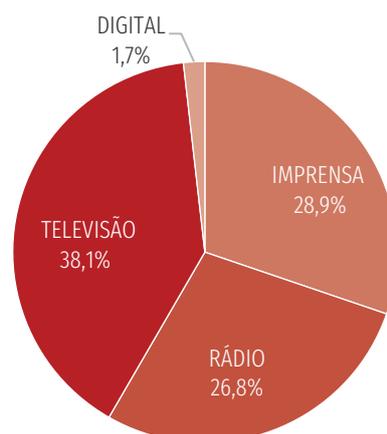
FIG. 5 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PELOS MEIOS (EUROS)

TIPO	GLOBAL	REGIONAL/LOCAL
IMPRESA	1 866 932,82	1 000 099,27
RÁDIO	1 731 880,62	1 299 901,27
TELEVISÃO	2 461 736,88	
DIGITAL	110 150,52	84 267,24
Outros Meios	292 007,85	
TOTAL	6 462 708,69	2 384 267,78

A ponderação percentual dos totais investidos indica a vantagem do meio televisivo, situando-se relativamente próximas a Imprensa e a Rádio.

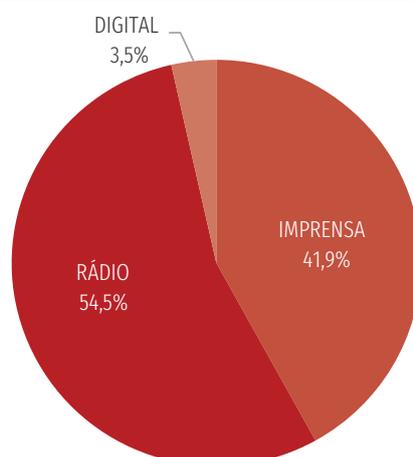


FIG.6 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS



Em relação aos OCS regionais e locais, a Rádio captou mais de metade do total investido, seguiu-se a Imprensa com relativa proximidade e, muito aquém de ambos, situou-se o Digital.

FIG. 7 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO REGIONAL/LOCAL POR TIPO DE MEIOS



7. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS - 2021/2022

Face ao ano anterior embora se registre um aumento do número de campanhas comunicadas, este não se refletiu numa subida dos investimentos, que foram expressivamente menores, tendo ocorrido um decréscimo de cerca de **6 milhões de euros**.

O número total de OCS desceu de **699** para **561**, refletindo igualmente uma menor diversidade na distribuição dos investimentos, nos diversos tipos de meios.

A descida mais expressiva registou-se no número de rádios selecionadas, seguindo-se o Digital, a Imprensa e a Televisão.

FIG. 8 – EVOLUÇÃO 2021/2022 – DIVERSIDADE (NÚMERO)

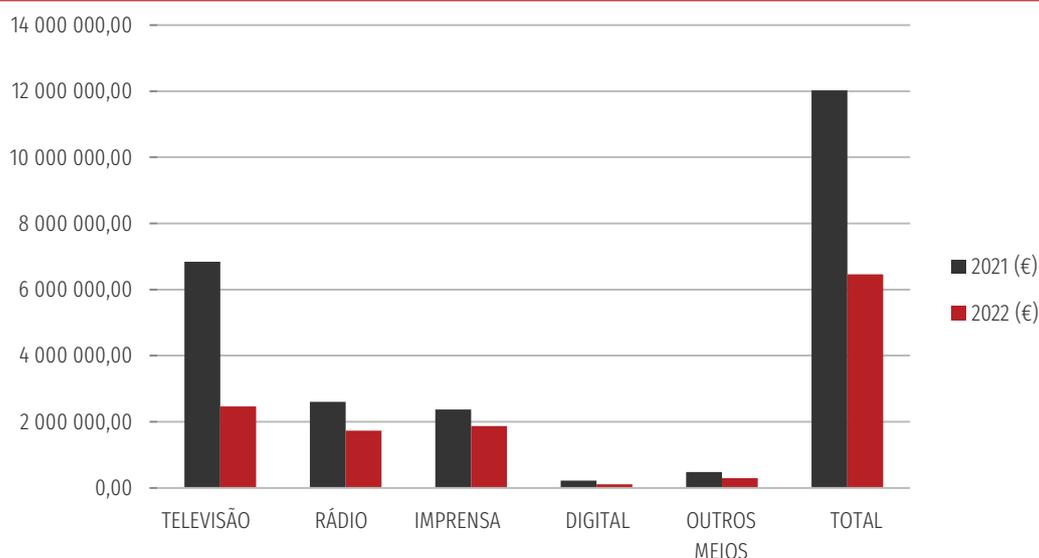
MEIO	2021	2022	2021/2022
TELEVISÃO	23	15	(-) 8
RÁDIO	264	210	(-) 54
IMPrensa	309	277	(-) 32
DIGITAL	103	59	(-) 44
TOTAL	699	561	(-) 138

Em matéria de investimentos, verifica-se que a maior quebra ocorreu no meio televisivo, com um diferencial de cerca de **4,3 milhões de euros**, seguindo-se a Rádio, a Imprensa, os Outros Meios e o Digital.

FIG. 9 – EVOLUÇÃO 2021/2022 – INVESTIMENTOS GLOBAIS (EUROS)

MEIO	2021	2022	2021/2022
TELEVISÃO	6 841 320,10	2 461 736,88	(-) 4 379 583,22
RÁDIO	2 598 027,59	1 731 880,62	(-) 866 146,97
IMPrensa	2 370 674,05	1 866 932,82	(-) 503 741,23
DIGITAL	218 638,36	110 150,52	(-) 108 487,84
OUTROS MEIOS	478 747,77	292 007,85	(-) 186 739,92
TOTAL	12 507 407,87	6 462 708,69	(-) 6 044 699,18

FIG. 10 – GRÁFICO DOS INVESTIMENTOS GLOBAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022



Relativamente ao número de OCS regionais e locais contemplados com investimentos, registaram-se igualmente descidas, em particular na Rádio, seguindo-se o Digital e, por último, a imprensa em que a diminuição foi menos expressiva.

FIG. 11 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (NÚMERO)

MEIO	2021	2022	2021/2022
IMPRESA	265	248	(-) 17
RÁDIO	256	205	(-) 51
DIGITAL	90	49	(-) 41
TOTAL	611	502	(-) 109

No que respeita aos investimentos regionais/locais conclui-se que a descida global atingiu 706 mil euros.

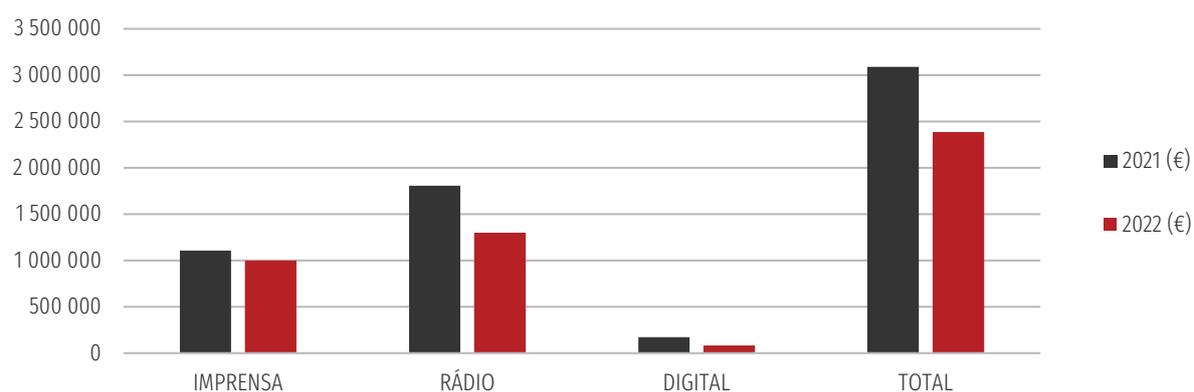
No entanto, o investimento global realizado foi expressivamente menor, tendo-se registado um decréscimo de cerca de 6 milhões (Figuras 8 a 13).

A quebra mais expressiva ocorreu no meio Rádio, superior a meio milhão de euros, seguindo-se a imprensa e o digital com descidas menos significativas.

FIG. 12 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (EUROS)

MEIO	2021	2022	2021/2022
IMPRESA	1 107 766,11	1 000 099,27 €	(-) 107 666,84 €
RÁDIO	1 807 507,09	1 299 901,27 €	(-) 507 605,82 €
DIGITAL	175 005,31	84 267,24 €	(-) 90 738,07 €
TOTAL	3 090 278,51	2 384 267,78 €	(-) 706 010,73 €

FIG. 13 – INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE MEIOS -2021/2022 (EUROS)



No âmbito desta análise, importa ainda referir que, em 2021, em contexto de pandemia COVID19, a Rádio foi o tipo de meio mais favorecido, dada a urgência da divulgação das mensagens relacionadas com o tema da pandemia.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



1. VISÃO GLOBAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade, e, por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas, das denominações dos serviços de programas de rádio e televisão, serviços audiovisuais a pedido e plataformas de partilha de vídeos.

Consciente de que o registo só tem valor na medida e enquanto refletir com veracidade e exatidão, perante terceiros, os factos, os direitos e as limitações que impendem sobre a inscrição de um determinado órgão de comunicação social, a ERC, ao longo da sua existência, tem enveredado por uma política de sensibilização, informando os seus regulados sobre a obrigatoriedade do registo, bem como das alterações que os elementos registados forem sofrendo, nomeadamente alteração de proprietário, da sede de redação ou das instalações dos serviços de programas, dos respetivos diretores, dos órgãos sociais, das participações sociais, consoante o órgão de comunicação em causa.

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas e, conseqüentemente, assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização registral de modo a eliminar os falsos registos, como é, por exemplo, o caso do cancelamento oficioso para as publicações que não respeitem a periodicidade ou para as empresas jornalísticas que deixem de titular registos de publicações periódicas ou, ainda, para os operadores de rádio ou televisão com a cessação da validade da licença.

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas, por força do n.º 1, do art.º 1.º do Decreto Regulamentar, n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, a ERC, no decurso de 2022, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

2. ORGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTO

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus Estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:



De salientar que o registo dos operadores de serviços audiovisuais a pedido e respetivos serviços audiovisuais a pedido, bem como dos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos e respetivas plataformas de partilha de vídeos, entrou em vigor a 1 de janeiro de 2022.

3. ATOS REGISTRAIS

Os atos registrais, em regra, dependem da iniciativa do interessado, à exceção dos que por lei são lavrados oficiosamente, como é o caso dos relativos aos operadores de rádio, televisão e aos respetivos serviços de programas que tenham sido objeto de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização, bem como os operadores de distribuição que tenham sido licenciados ao abrigo da Lei da Televisão (*vide* art.º 5.º, n.º 2, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos art.º 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizados.

São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional.

Em conclusão, todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob a marca de editor português, não podem iniciar a sua publicação sem que previamente tenham efetuado o registo na ERC (*vide* art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

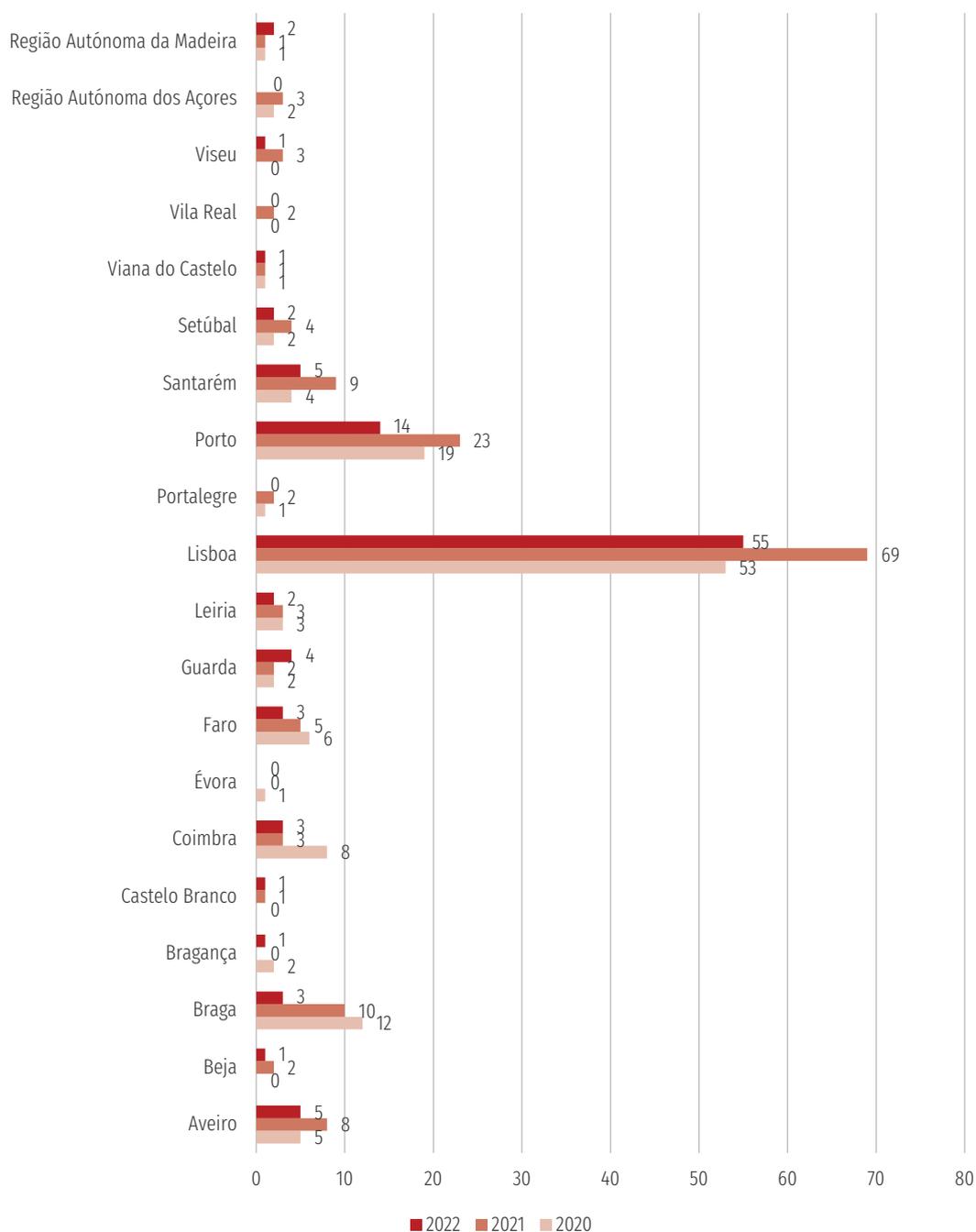
São elementos de registo:

- Título, logótipo, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária, domicílio ou sede e sua natureza jurídica, endereço de correio eletrónico, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal (n.º 1, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial (n.º 2, do art.º 15.º, Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Nesta conformidade, durante 2022, foram registadas provisoriamente 103 publicações, das quais 58 converteram-se em definitivas, seis caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito), e transitaram, para 2023, 39 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

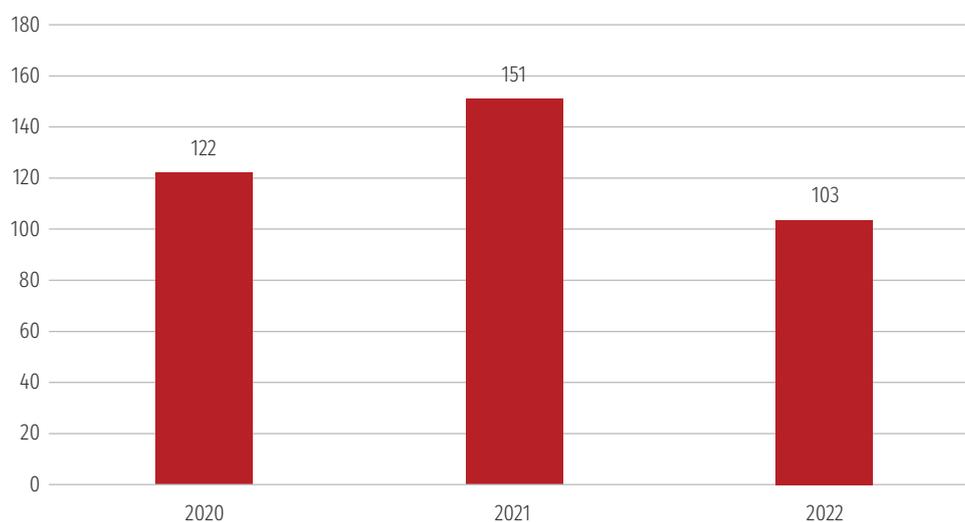
FIG. 1 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS POR DISTRITO, DE 2020 A 2022



É de realçar que os distritos com mais inscrições durante 2022 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 55 e 14 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.



FIG. 2 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS DE 2020 A 2022



É de realçar que os distritos com mais inscrições durante 2022 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 55 e 14 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

De salientar que em 2022 verifica-se uma redução (48) no número de inscrições de publicações periódicas, em relação ao ano transato, sendo que 65 registos se referem a publicações periódicas apenas em suporte *online*, seguidas de 27 em suporte papel e *online* e 11 em suporte papel.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

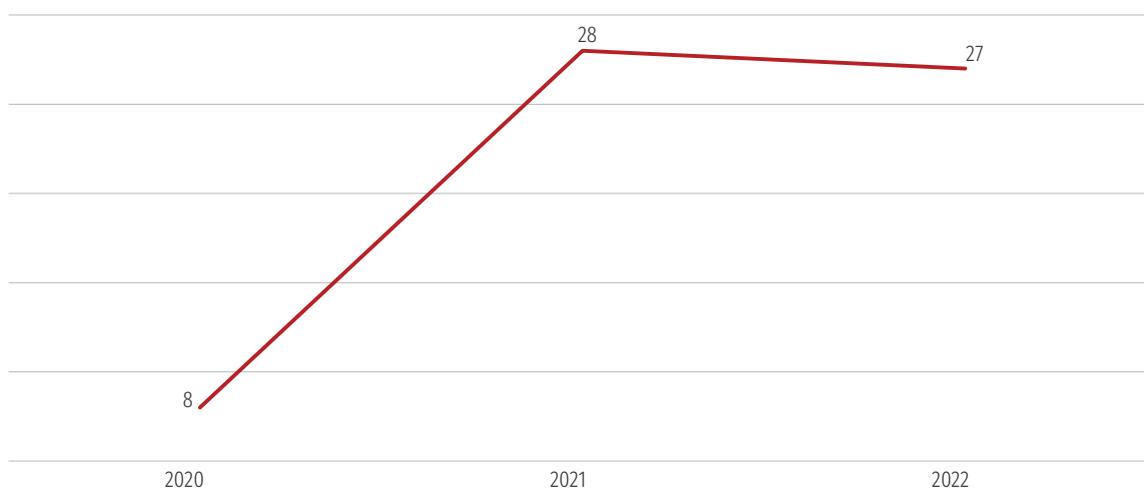
São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- Denominação da empresa e sua natureza jurídica, endereço de correio eletrónico, e sede (n.º 2, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 27 empresas, em 2021.

FIG. 3 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS INSCRITAS DE 2020 A 2022



Da leitura da Figura 3, infere-se que, em 2022, inscreveram-se 27 empresas jornalísticas, sendo que o número mantém-se quase igual ao ano transato.

EMPRESAS NOTICIOSAS

São empresas noticiosas as que têm por objeto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens (art.º 8.º da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- Nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, endereço de correio eletrónico e sede (art.º 24.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Não houve qualquer inscrição de empresa noticiosa no decorrer de 2022.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

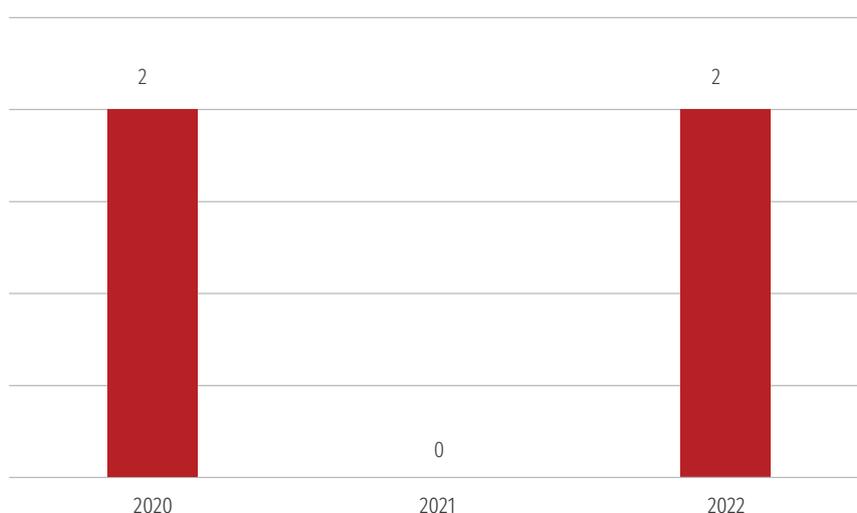
Entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com caráter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio (alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, responsáveis pelas áreas de programação e informação, endereço de correio eletrónico localização das instalações emissoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações, identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão (art.º 28.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio são oficiosamente efetuados pela ERC (segunda parte do art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

FIG. 4- OPERADORES DE RÁDIO INSCRITOS DE 2020 A 2022



Como se verifica na Figura 4, em 2022 houve duas inscrições de operadores de rádio (decorrentes de processos de cessão, devidamente autorizadas, de serviços de programas).

OPERADORES DE TELEVISÃO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, responsáveis pelas áreas de programação e informação, endereço de correio eletrónico, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações (art.º 33.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.

Durante 2022, houve duas inscrições de operadores de televisão e dois serviços de programas televisivos.

FIG. 5 – OPERADORES TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2020 A 2022

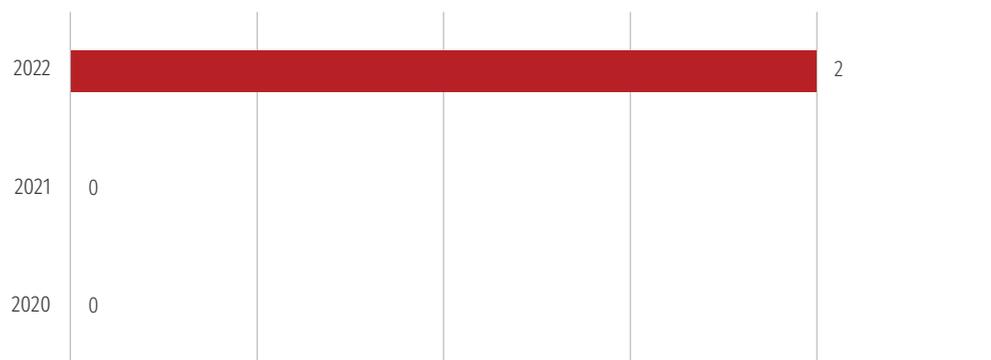
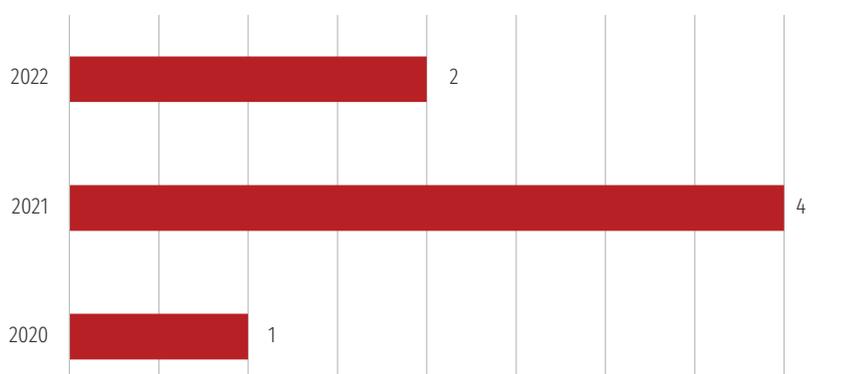


FIG. 6 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2020 A 2022



Na Figura 6, verifica-se uma redução de inscrições de serviços de programas televisivos, em relação ao ano anterior.

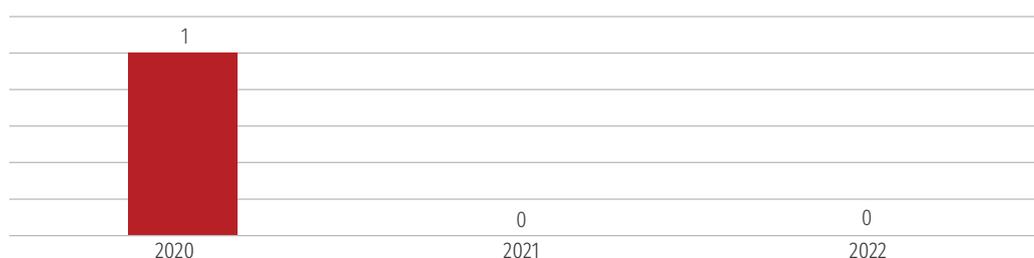
OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações eletrónicas (alínea l), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, endereço de correio eletrónico, serviços de programas que compõem a sua oferta e respetiva ordenação, data de emissão e prazo da licença, bem como das suas renovações, quando aplicáveis (art.º 36.º A do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

FIG. 7 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO INSCRITOS DE 2020 A 2022



Em 2022 não houve qualquer inscrição de operador de distribuição.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho).

Difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da internet

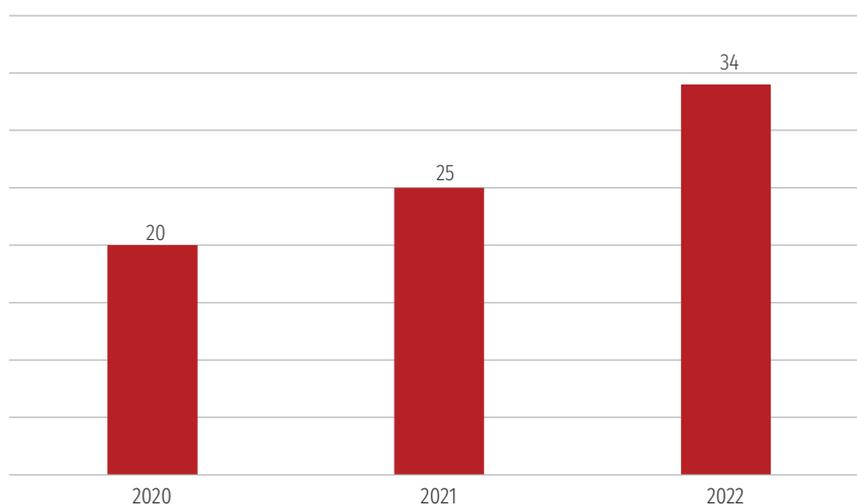
(n.º 3, do art.º 17.º, da Lei 54/2010, de 24 de dezembro).

São elementos de registo:

- Designação do serviço de programas, identificação do proprietário e do seu domicílio ou sede, endereço de correio eletrónico, sítio na internet, responsáveis pela programação e informação (art.º 36.º-C do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, conjugado com o n.º 8, do art.º 13.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Em 2022, observaram-se 34 registos de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, dos quais 33 são de rádio e um televisivo.

FIG. 8 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET, DE 2020 A 2022



Na Figura 8 apura-se que em 2022 continua-se a verificar a tendência da subida do número de inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, como tem sido habitual em anos anteriores.

OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPETIVOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Pessoas singulares ou coletivas responsáveis pela seleção e organização dos conteúdos dos serviços audiovisuais a pedido sob a forma de catálogo (alínea m), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, designação dos serviços audiovisuais a pedido, endereço geográfico onde se encontra estabelecido, sítio na internet, quando aplicável, identificação do responsável pela seleção e organização do catálogo de programas de cada serviço, endereço de correio eletrónico (art.º 36.º-G do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.

Durante 2022, houve 14 inscrições de operadores de serviços audiovisuais a pedido e 20 serviços de programas audiovisuais a pedido.

FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPETIVAS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

Pessoas singulares ou coletivas que prestam um serviço de plataforma de partilha de vídeos (alínea ee), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

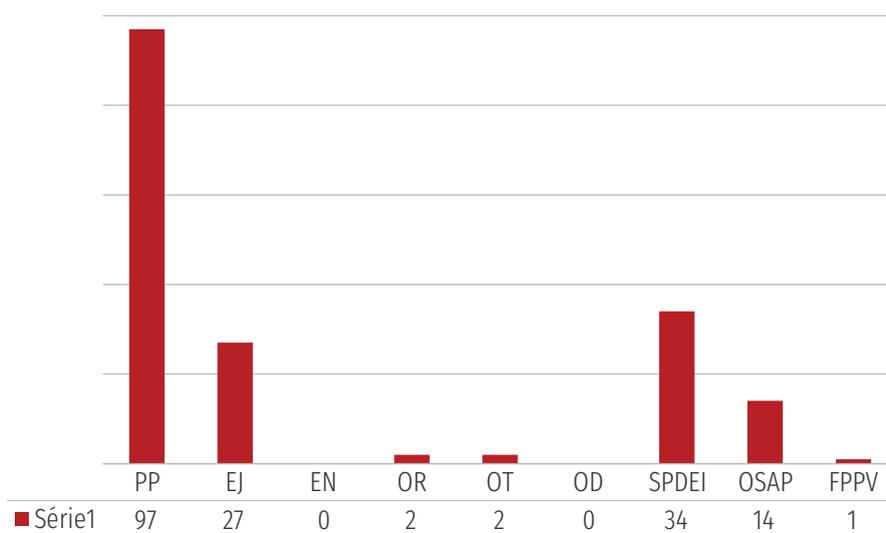
- Identificação e sede do fornecedor, designação das plataformas de partilha de vídeos, identificação do responsável por cada plataforma de partilha de vídeos, endereço geográfico onde se encontra estabelecido, sítio na internet, quando aplicável, endereço de correio eletrónico (art.º 36.º-J do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).
Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.

Durante 2022, houve uma inscrição de fornecedor de plataformas de partilha de vídeos, e duas plataformas de partilha de vídeos.

INSCRIÇÕES

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2022, a 177 inscrições no universo dos órgãos/meios sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na Figura 9.

FIG. 9 – REGISTO DE INSCRIÇÕES DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2022



Da análise do gráfico, claramente se verifica que é nas publicações periódicas que se regista o maior número de inscrições, seguidas dos serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet e das empresas jornalísticas. De referir ainda que houve uma redução de 13,23 % em comparação com o ano transato.

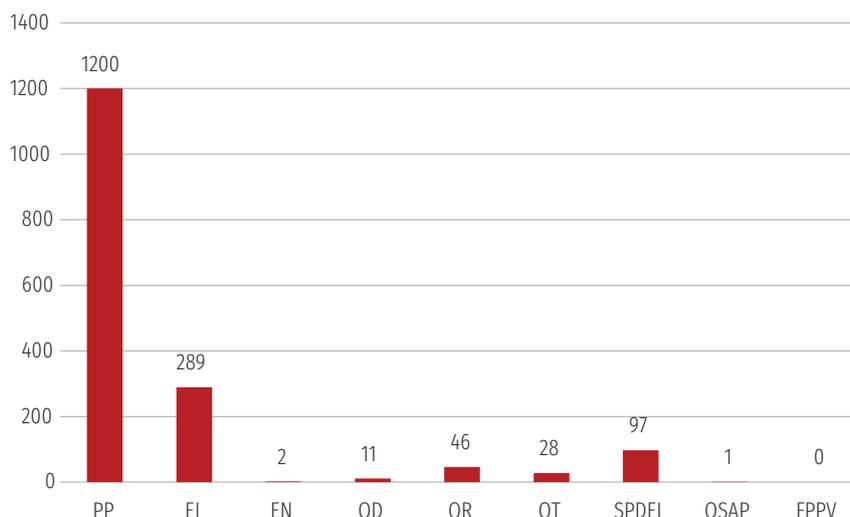
AVERBAMENTOS

O averbamento é um ato registral complementar que visa consignar uma alteração à inscrição preexistente.

Assim sendo, para que o registo da ERC cumpra a função de espelhar fidedignamente a realidade do setor, o legislador, no art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, prevê que as alterações supervenientes aos elementos constantes do registo sejam efetuadas no prazo máximo de 30 dias após a sua verificação.

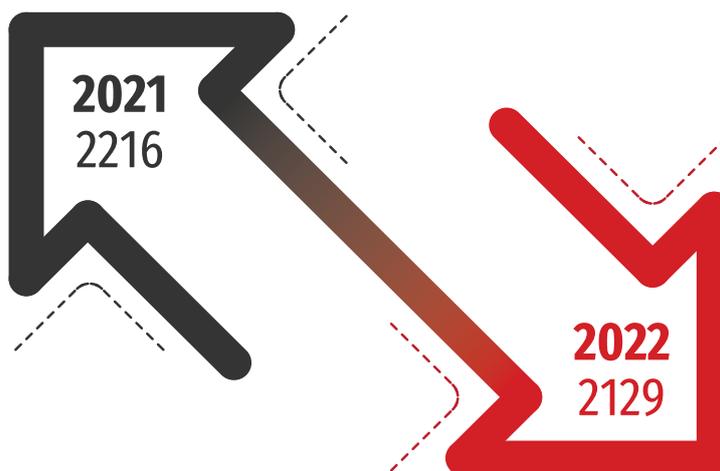
Durante 2022, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 2129 averbamentos (atos registais), dos quais 1674 foram alterações aos elementos de registo.

FIG. 10 – AVERBAMENTOS NO REGISTO DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2022



Na Figura 10 conclui-se que onde se verificou um maior número de averbamentos foi nas publicações periódicas, seguidas das empresas jornalísticas.

FIG. 11 – TOTAL DE AVERBAMENTOS EM 2021 E 2022



De salientar que em 2022 houve uma ligeira redução de averbamentos de cerca de 3,9 % em relação ao ano anterior.

Não obstante, o número ainda foi bastante elevado dada a necessidade de terem sido efetuados averbamentos officiosos decorrentes da última alteração legislativa ao Decreto Regulamentar dos Registos, nomeadamente no que diz respeito à não sujeição a registo dos titulares dos órgãos sociais e detentores do capital social das empresas.

CANCELAMENTOS

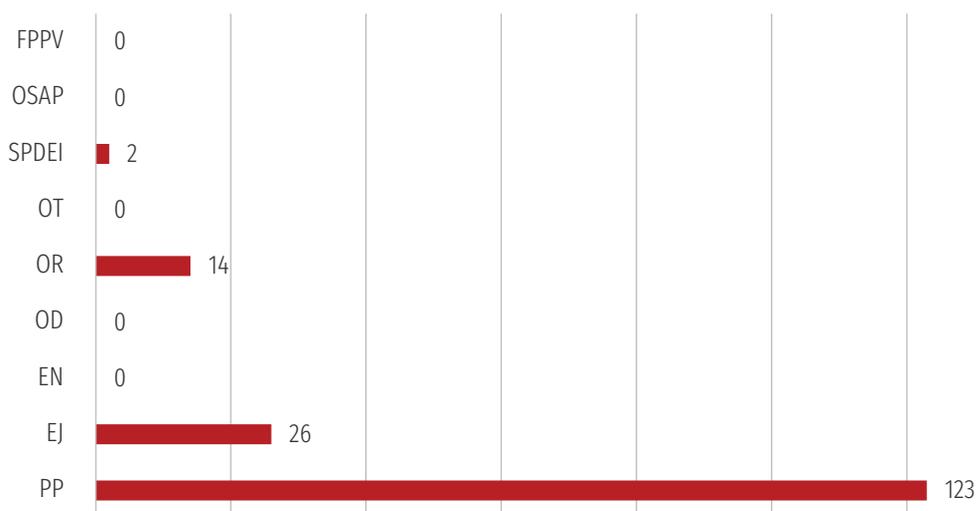
O registo pode ser cancelado officiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento officioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou da cessação da atividade da sua empresa (art.º 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Assim, a ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

- Nas publicações periódicas:
 - Cessação da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição;
- Nas empresas jornalísticas:
 - Cessação da atividade da empresa;
 - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas;
 - Deixar de ter como atividade principal a edição de publicações periódicas;
- Empresas noticiosas:
 - Cessação da atividade da empresa;
- Serviços de programas difundidos exclusivamente pela internet:
 - Cessação de emissão;
- Operadores de serviços audiovisuais a pedido:
 - Cessação de emissão;
- Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos:
 - Cessação de emissão;
- Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:
 - Cessação da validade da licença ou autorização.

FIG. 12 – CANCELAMENTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2022



Na Figura 12, verifica-se um total de 165 cancelamentos, sendo os mais expressivos os referentes às publicações periódicas: 123, dos quais 41 foram cancelamentos efetuados a pedido dos proprietários e 70 efetuados oficiosamente pela ERC, sendo os restantes 12 devido a caducidades de registo. De referir que o número de cancelamentos verificados nos Operadores de Rádio, teve a ver com a ocorrência de processos de fusão de operadores na Rádio Comercial, S.A., atualmente denominada de Bmhaudio Portugal Holdings, Unipessoal, Lda. & Comandita.

4. PANORAMA ATUAL

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

POR DISTRITO

Encontravam-se registadas 1710 publicações periódicas, distribuídas pelos seguintes Distritos e Regiões Autónomas:

FIG. 13 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR DISTRITO/REGIÃO

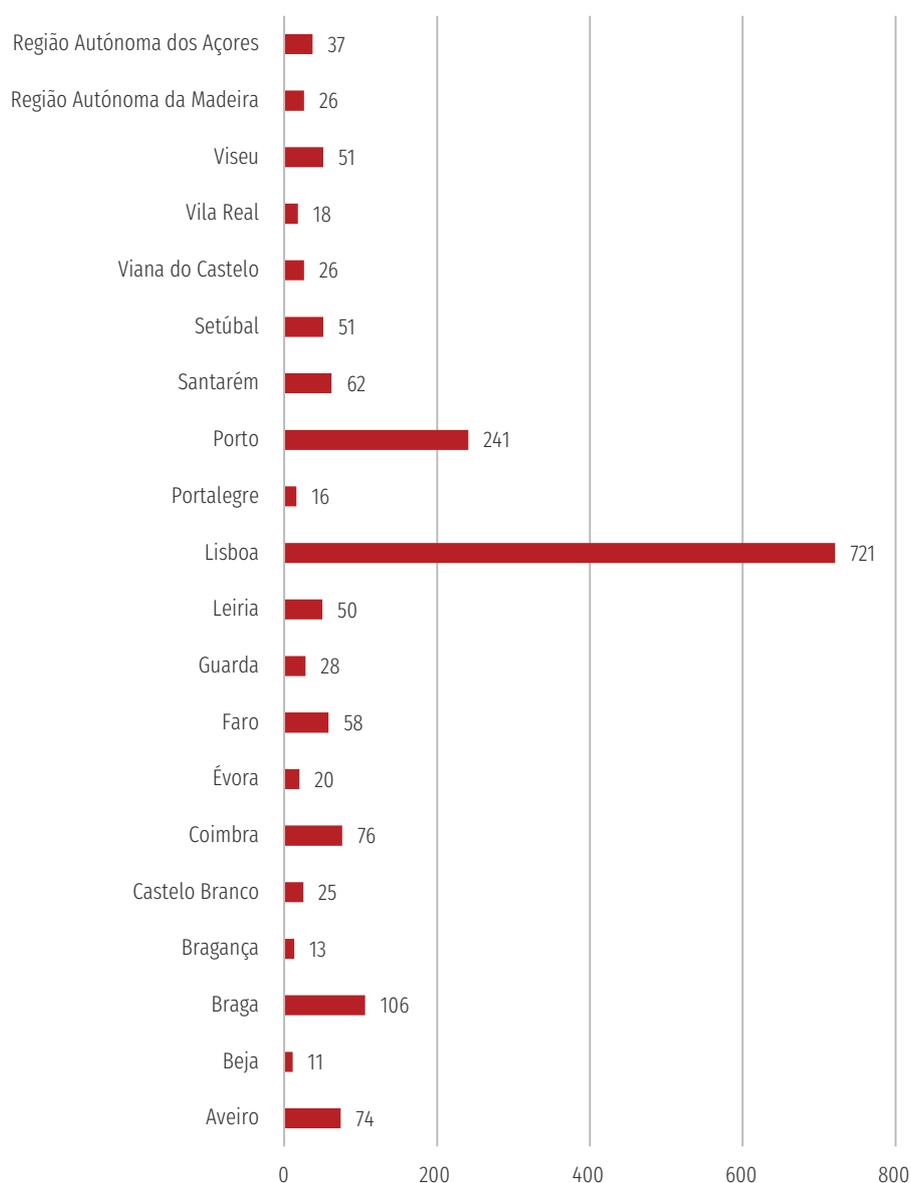
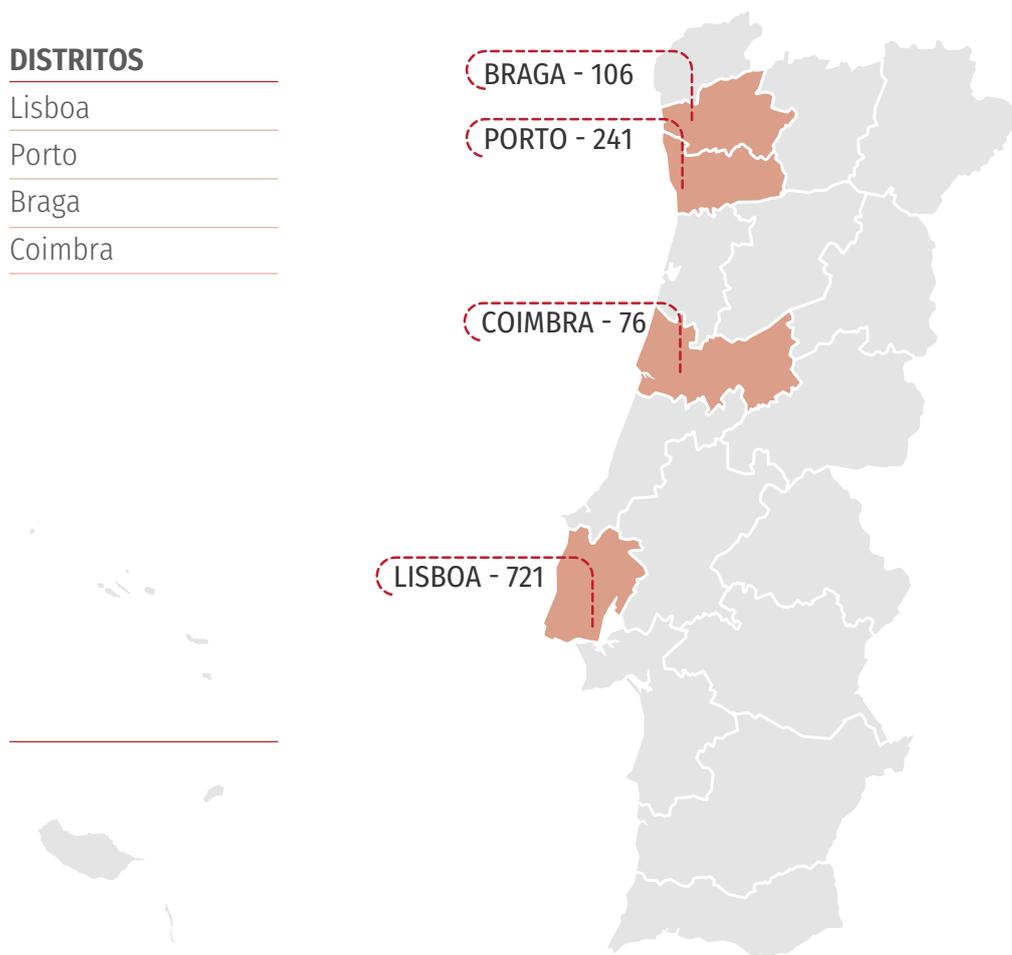


FIG. 14 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM MAIOR NÚMERO DE REGISTOS ATIVOS – DISTRITOS

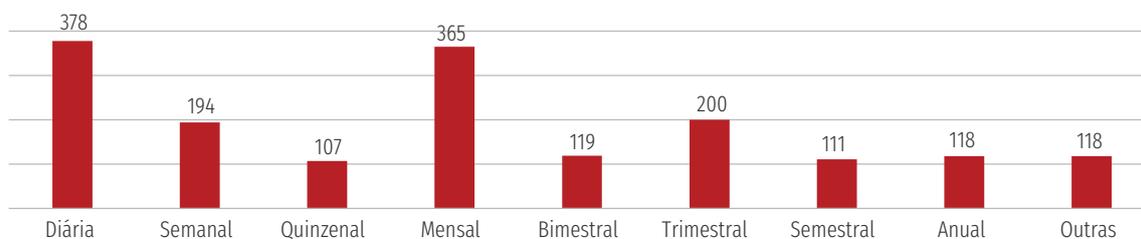


É de realçar que os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 721 e 241 publicações registadas, seguidos de Braga, com 106, e Coimbra, com 76. Já os distritos com menor número de publicações registadas são Beja, com 11, e Bragança, com 13.

De salientar que, do universo das publicações periódicas registadas, 111 são jornais de âmbito nacional, 480 de âmbito regional e duas das comunidades portuguesas no estrangeiro.

PERIODICIDADE

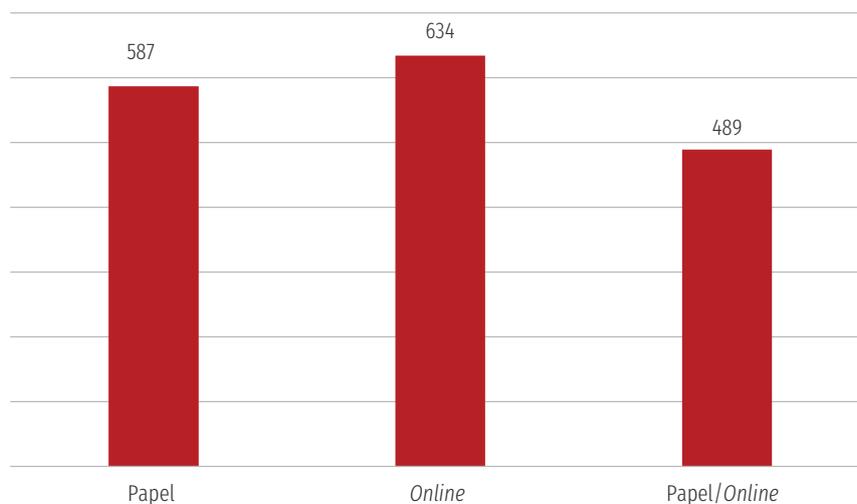
FIG. 15 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR PERIODICIDADE



Como resulta da análise do gráfico, a periodicidade que mais se destaca é a diária, seguindo-se a mensal e a trimestral.

SUPORTE

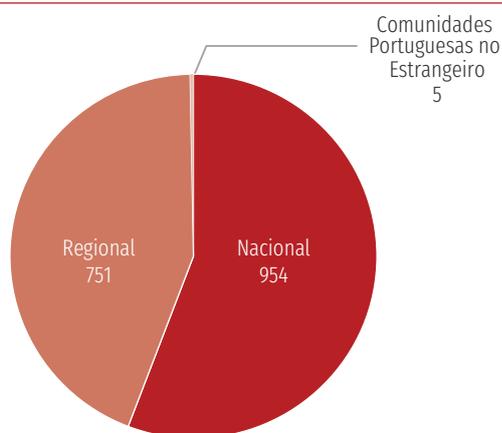
FIG. 16 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR SUPORTE



A Figura 16 é ilustrativa de como as publicações periódicas continuam a ter como suporte maioritário o papel (tendo vindo gradualmente a descer ao longo dos últimos anos), seguindo-se as publicações com suporte *online*.

ÂMBITO GEOGRÁFICO

FIG. 17 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR ÂMBITO GEOGRÁFICO

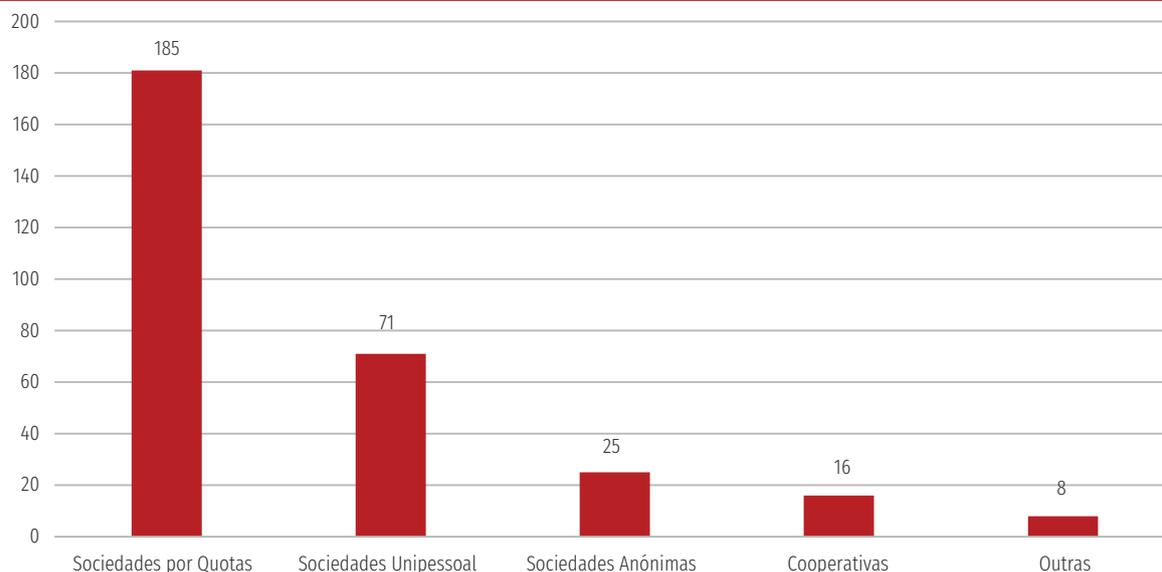


A Figura 17 destaca que o âmbito geográfico onde se verifica maior número de publicações periódicas registadas é nacional.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Encontravam-se registadas, em 2022, 301 empresas jornalísticas.

FIG. 18 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR NATUREZA JURÍDICA



Da leitura do gráfico, verifica-se que a maioria das empresas jornalísticas registadas têm como natureza jurídica “Sociedade por Quotas”.

EMPRESAS NOTICIOSAS

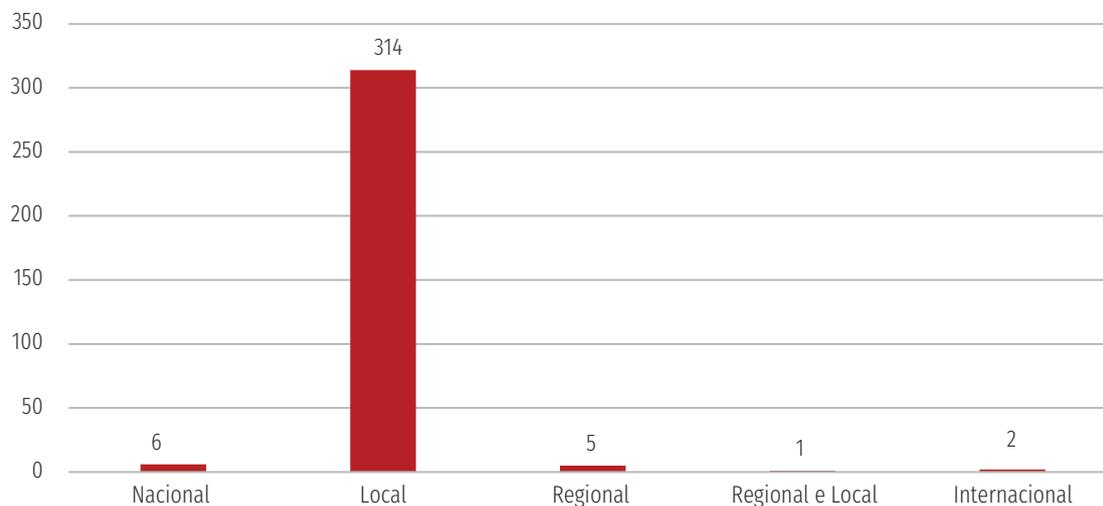
Encontravam-se apenas duas empresas noticiosas registadas, em 2022.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Em 2022 encontravam-se registados 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 272 operadores de rádio.

POR ÁREA DE COBERTURA

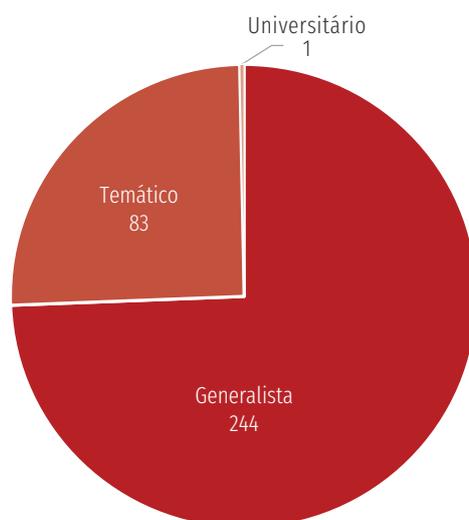
FIG. 19 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR ÁREA DE COBERTURA



Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm a área de cobertura Local.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

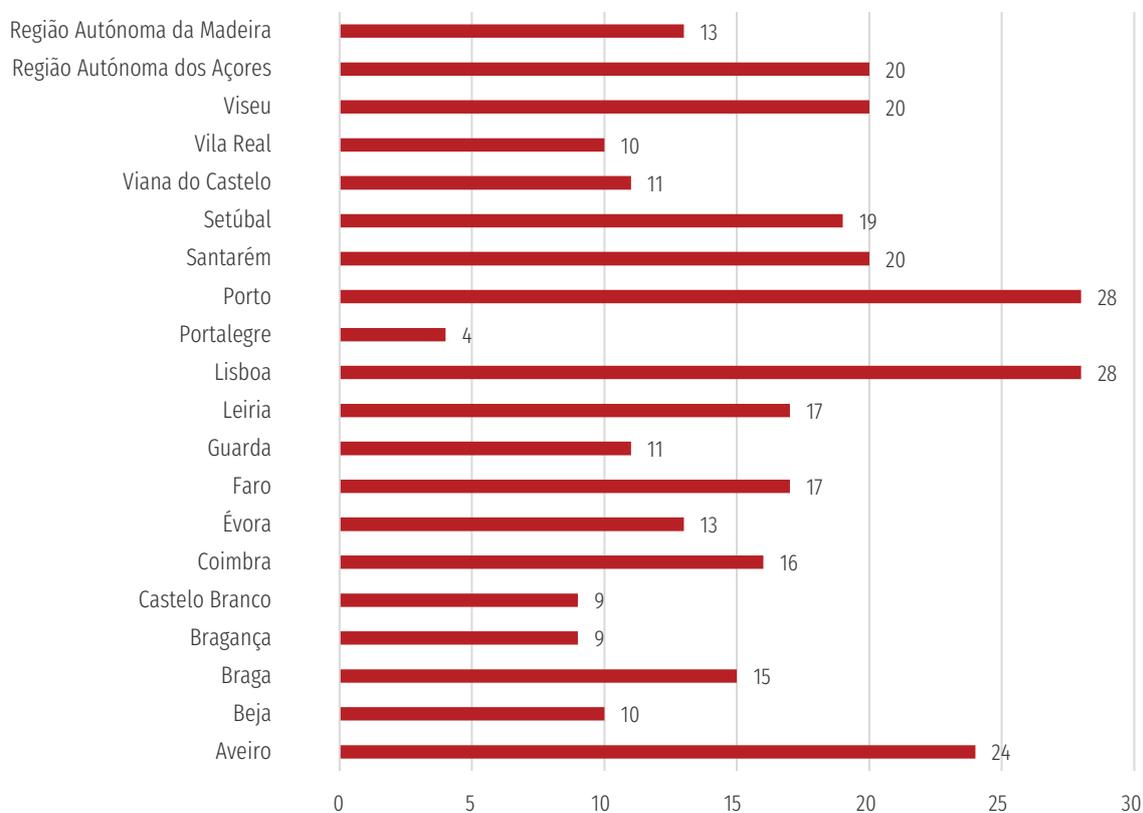
FIG. 20 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Como se pode aferir da leitura do gráfico da Figura 20, os serviços de programas de rádio com a tipologia de programação generalista representam a maioria, com 244 registos.

POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO

FIG. 21 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS LOCAIS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO



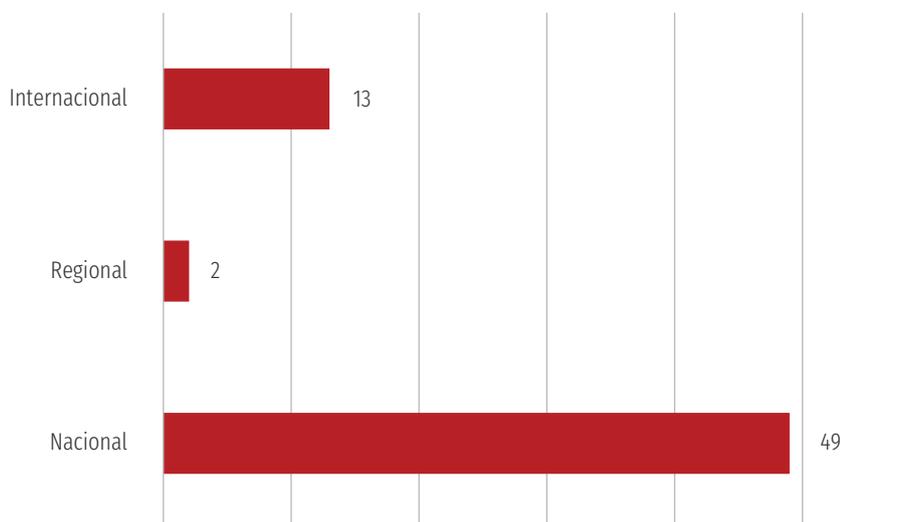
A Figura 21 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo os distritos de Lisboa e Porto, seguidos do distrito de Aveiro, onde existem mais licenças.

OPERADORES TELEVISIVOS E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Encontravam-se registados, em 2022, 64 serviços de programas televisivos, distribuídos por 24 operadores televisivos.

POR ÁREA DE COBERTURA

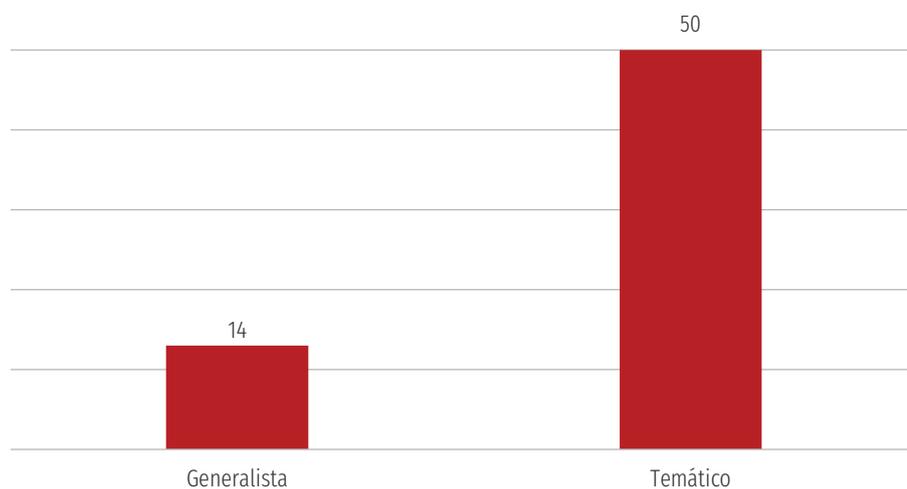
FIG. 22 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR ÁREA DE COBERTURA



Da análise da Figura 22, confere-se que 76 % dos serviços de programas registados são de cobertura Nacional.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

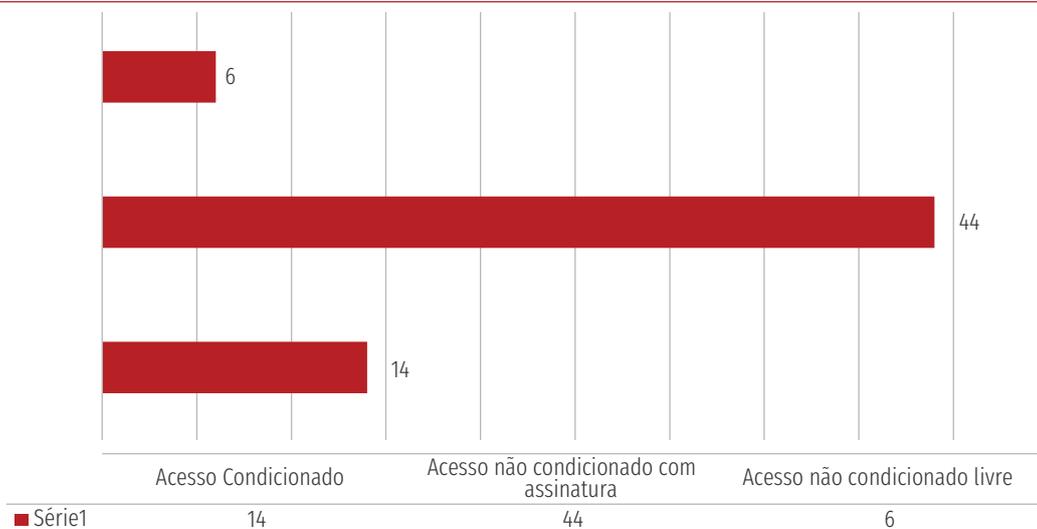
FIG. 23 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Na Figura 23 salienta-se a tipologia de programação Temático, com cerca de 78 % dos serviços de programas televisivos registados.

POR TIPO DE ACESSO

FIG. 24 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR TIPO DE ACESSO



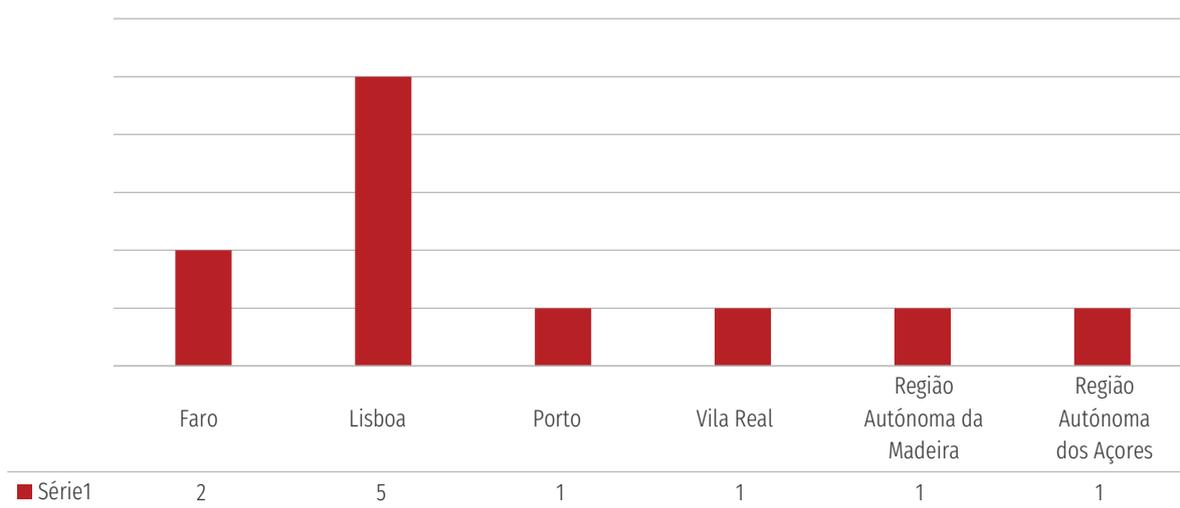
Verifica-se que os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam cerca de 69 % dos serviços de programas televisivos registados.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Em 2022, encontravam-se registados onze operadores de distribuição.

POR ÁREA GEOGRÁFICA

FIG. 25 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR ÁREA GEOGRÁFICA



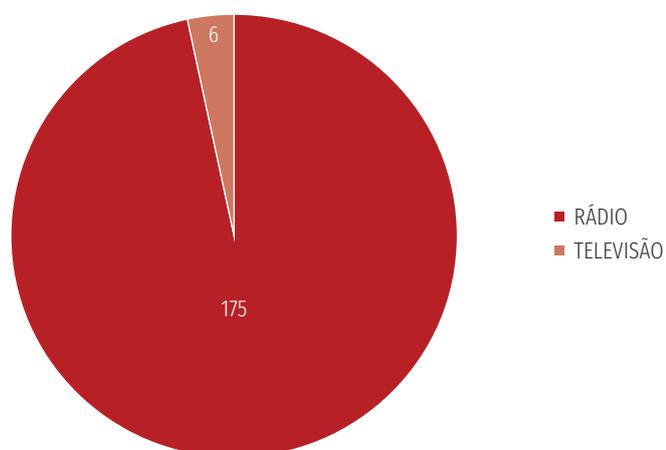
Lisboa é o distrito com maior número de operadores de distribuição registados.



SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Encontravam-se registados, em 2022, 181 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

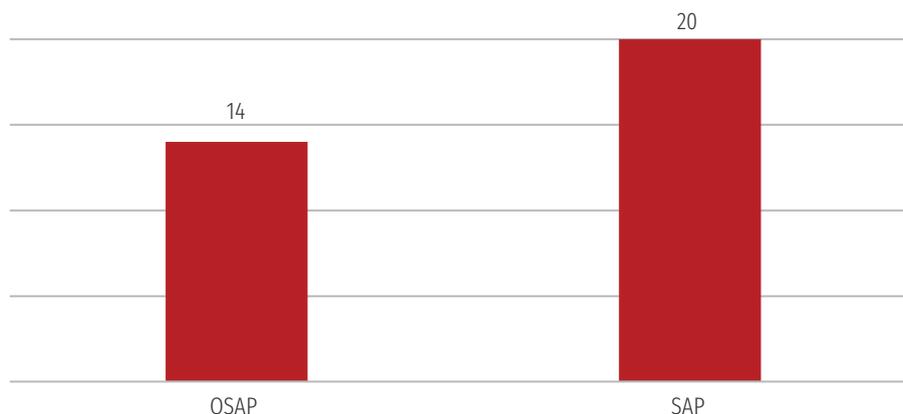
FIG. 26 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET COM REGISTO ATIVO EM 2022 – POR TIPO



Na Figura 26 apura-se que 97 % dos serviços de programas distribuídos exclusivamente através da internet registados são de rádio.

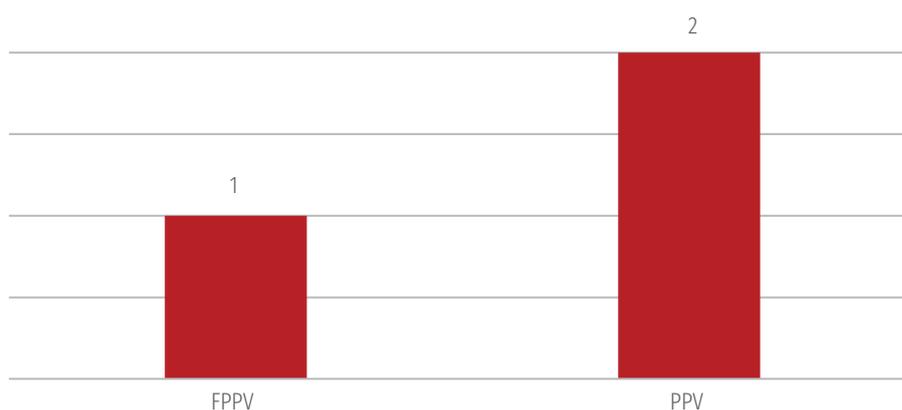
OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPECTIVOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

FIG. 27 – OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPECTIVOS SERVIÇOS COM REGISTO ATIVO EM 2022



FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPECTIVAS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

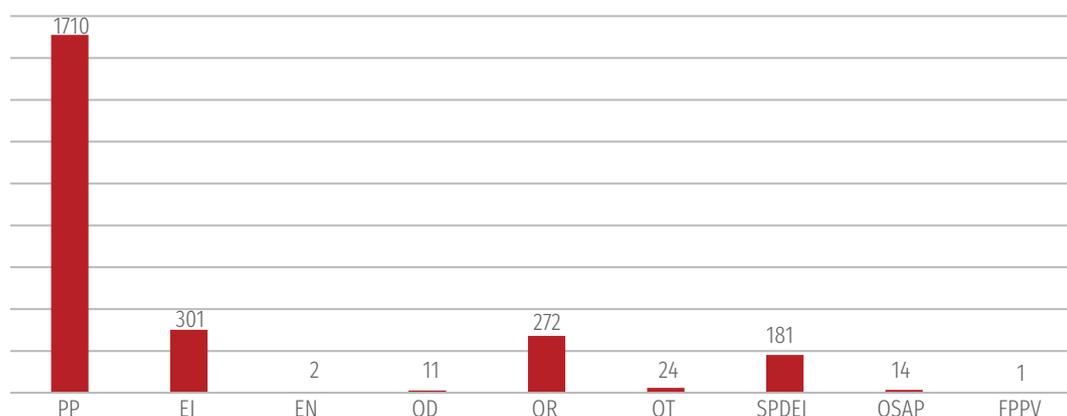
FIG. 28 – FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPECTIVAS PLATAFORMAS COM REGISTO ATIVO EM 2022



CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2022, encontram-se ativos 2516 registos, distribuídos pelas diversas categorias, conforme a Figura 29.

FIG. 29 – REGISTOS ATIVOS EM 2022



Claramente, é nas publicações periódicas que assenta o maior número de registos, seguidas das empresas jornalísticas e dos operadores de rádio.

Publicações periódicas (PP)

Em 2022, encontravam-se inscritas 1710 publicações periódicas.

Do universo das publicações ativas em 2022, 593 são jornais, sendo 111 de âmbito nacional e 480 de âmbito regional.

Empresas jornalísticas (EJ)

Em 2022, encontravam-se inscritas 301 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (185) e as sociedades unipessoais (71).

Empresas noticiosas (EN)

No mesmo ano, encontravam-se inscritas duas empresas noticiosas.

Operadores radiofónicos (OR)

No que concerne aos operadores radiofónicos, encontravam-se inscritos 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 272 operadores.

Operadores de televisão (OT)

Em 2022, encontravam-se inscritos 24 operadores e 64 serviços de programas televisivos.

Operadores de distribuição (OD)

Em 2022, estavam inscritos 11 operadores de distribuição.

Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI)

Em 2022, encontravam-se inscritos 181 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 175 são radiofónicos e seis televisivos).

Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido (OSAP)

Em 2022, encontravam-se inscritos 14 operadores e 20 serviços audiovisuais a pedido.

Fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos (FPPV)

Em 2022, encontrava-se inscrito um fornecedor e duas plataformas de partilha de vídeos.

SONDAGENS E INQUÉRITOS DE OPINIÃO



1. VISÃO GLOBAL

O objetivo do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2022, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor em comparação com anos anteriores, particularmente em relação a 2021 (ano transato) e 2019 (ano de eleições legislativas).

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise aqui desenvolvida resultam do tratamento de informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens (em vigor desde 2011), a qual acompanha o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens), indicando-se, sempre que tal se justificar, as alterações metodológicas e de nomenclatura resultantes da adaptação das informações pré-existentes ao Portal das Sondagens.

A divulgação de sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pelos serviços de *clipping* contratados pela ERC (Quick Clip, para a imprensa e internet a partir de março de 2022, e Marktest para todos os meios até fevereiro de 2022 e a partir de março apenas para televisão e rádio), complementada com a pesquisa direta *online*, a partir de parâmetros inscritos nas fichas técnicas de depósito (clientes, entidade responsável, datas de campo, universo alvo, etc.). Por sua vez, o acompanhamento e registo das sondagens foi realizado através do Portal das Sondagens, continuando a ERC a disponibilizar os depósitos para consulta pública no seu sítio eletrónico¹, de acordo com as regras fixadas pela Deliberação 1/SOND/2009. Realce-se que a possibilidade de consulta pública dos depósitos decorreu de uma iniciativa do Regulador, no sentido de reforçar a transparência e a confiança nas sondagens.

O presente capítulo estrutura-se em torno de cinco pontos centrais. O primeiro caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2022. O segundo ponto apresenta as características metodológicas das sondagens depositadas. O terceiro centra-se nos dados relativos à divulgação de sondagens. O quarto ponto incide sobre os estudos eleitorais depositados durante o ano. Finalmente, o quinto apresenta dados acerca dos procedimentos iniciados e encerrados em matéria de sondagens e inquéritos de opinião.

¹ Os depósitos de sondagens estão disponíveis para consulta pública em <http://www.erc.pt/pt/sondagens>.

2. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

2.1 ENTIDADES CREDENCIADAS

À data de 31 de dezembro de 2022, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 14 entidades (v. Figura 1), diminuindo em três o número de licenças em vigor no último dia do ano face a 2021 (17 licenças). Relativamente às alterações ao cadastro, 2022 foi um ano de muito movimento procedimental, registando-se oito renovações de licença (DOMP, GFK/Metris, ICS/ISCTE, Intercampus, IPOM, Marktest e Pitagórica), quatro caducidades (Eurosondagem, G.Triplo, Norma-Açores e Qmetrics) e uma nova credenciação (Norma-Açores).

FIG. 1 – SITUAÇÃO DAS ENTIDADES CREDENCIADAS PELA ERC A 31 DE DEZEMBRO DE 2022

Entidades credenciadas em 31 de dezembro de 2022	Alterações ao registo em 2022
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	Renovação
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	--
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	Renovação
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.	Caducidade
G.Triplo, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.	Caducidade
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	Renovação
ICS/ISCTE – Instituto de Ciências Sociais/Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	Renovação
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	Renovação
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	Renovação
IPSOS-APEME – Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.	--
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	Renovação
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.	--
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	Caducidade e Credenciação
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	Renovação
Qmetrics	Caducidade
UA/CIMAD – Centro de Investigação em Marketing e Análise de Dados da Universidade de Aveiro	--
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	--

A realização de sondagens políticas está intimamente ligada à sazonalidade eleitoral, ainda que existam outros fatores, relacionados com o contexto social e político, que estimulem a sua produção. À proximidade das eleições corresponde um aumento dos estudos depositados, variando o perfil dos seus responsáveis de acordo com a natureza das mesmas (autárquicas, legislativas, presidenciais, etc.) e a concentração dos depósitos no tempo mediante o tipo (regular ou antecipado) dos atos eleitorais. Evidentemente que o contexto social e político específico de cada eleição também afetará o movimento dos depósitos, mas essa será uma análise casuística e de âmbito politológico que não se enquadra no objeto deste relatório.

Quando as eleições são repentinas e inesperadas, tende a haver picos de estudos pré-eleitorais, como se verificou em 2007 com as eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa (15 depósitos no espaço de dois meses) ou em 2011 com as eleições legislativas antecipadas (19 depósitos nos 12 dias de campanha eleitoral). Por sua vez, nas eleições regulares também é possível e normal a ocorrência de picos de depósitos com a aproximação da data das eleições, decorrentes do próprio contexto sociopolítico, das dinâmicas da corrida eleitoral e das estratégias de cobertura informativa que forem seguidas pelos *media* (particularmente se houver aposta na publicação de *tracking polls*, como foi o caso das eleições Presidenciais em 2006 e 2021 e das Legislativas em 2011, 2015 e 2019).

Todavia, nas eleições regulares o movimento de depósitos começa a manifestar-se com maior antecedência face à data da eleição; cerca de um a dois anos antes, no caso das eleições autárquicas e presidenciais, cerca de um ano nas eleições regionais, seis meses nas eleições europeias e quase imediatamente (no próprio mês ou no mês seguinte) no caso das eleições legislativas, já que os barómetros mensais regularmente contratados pelos *media* contemplam, normalmente, a questão do voto legislativo.

Quanto à natureza dos atos eleitorais, o histórico de depósitos permite diferenciar dois perfis-tipo de empresas por âmbito dos estudos e natureza dos clientes com que operam: i) um grupo alargado de empresas que trabalham predominantemente com clientes regionais/locais e com maior presença de depósitos em anos autárquicos; e ii) um grupo restrito de empresas que tanto trabalham em estudos regionais/locais mais ou menos pontuais, como produzem e depositam regularmente sondagens para divulgação em órgãos de comunicação social nacionais e regionais, sejam estas barómetros políticos regulares ou estudos pontuais e orientados para uma temática específica (por exemplo, eleições europeias, desempenho em debates televisivos entre candidatos à liderança de partidos, medidas de austeridade, Orçamento de Estado, etc.). Este segundo grupo coincide, normalmente, com as empresas com mais depósitos anuais registados na ERC (Eurosondagem, Aximage, Intercampus, UCP/CESOP, Pitagórica, Markttest e ICS/ISCTE) (v. Anexo Figura A1).

Caracterizando-se 2022 pela realização de eleições antecipadas para a Assembleia da República, em 30 de janeiro, era expectável grande dinamismo no setor das sondagens no primeiro mês do ano, seguido de um período de abrandamento da atividade pela grande distância temporal a atos eleitorais impactantes no mercado das sondagens políticas. Face ao período homólogo de 2021, em que também se verificou um escrutínio nacional nos últimos dias do mês (eleições presidenciais de 2021), o crescimento no número de depósitos foi de 82,3 %, tendo sido registadas 31 sondagens face às 17 registadas em janeiro de 2021. Nos restantes 11 meses do ano foram realizados 41 depósitos, acumulando-se no final de 2022 um total de 72 depósitos, o que representa uma diminuição de 60,7 % face aos 183 depósitos registados em 2021. Em termos de movimentos mensais, o máximo de depósitos (n=31) foi, como se depreende, registado em janeiro e o mínimo (n=2) foi registado nos meses de maio, julho e outubro. A média mensal de depósitos fixou-se em seis depósitos por mês, valor que baixa para 3,7 depósitos por mês quando se exclui do cálculo da média o mês de janeiro devido ao pico de depósitos relacionado com a proximidade das eleições legislativas (n=31) (v. Anexo Figura A2). Uma análise comparativa mais fina, considerando as sondagens depositadas no último mês antes das eleições legislativas de 2015, 2019 e 2022 (dia da eleição incluído), permite ver que as legislativas de 2015 e de 2019 estimularam maior número de depósitos face ao verificado em 2022 (42 depósitos *ex aequo*, contra os 31 registados em 2022).

Em termos de concentração e de pluralismo no mercado dos estudos depositados verificaram-se alterações substanciais face a 2021, próprias do abrandamento cíclico registado nos períodos subsequentes a anos de eleições autárquicas. Foram oito as empresas a realizar depósitos de sondagens em 2022, número igual ao registado em 2014, mas inferior à grande maioria dos anos desde a entrada em funções da ERC em 2006. Face ao ano anterior, verificaram-se menos cinco empresas a produzir sondagens para divulgação pública. Esta diminuição no pluralismo está principalmente relacionada com o pós-eleições autárquicas de 2021 e não afetou, no domínio dos barómetros políticos nacionais, a possibilidade de confronto de sondagens produzidas por entidades credenciadas distintas. Neste particular, importa realçar que, mesmo nos meses em que apenas foram depositadas duas sondagens, se manteve um mínimo de pluralismo no que concerne à produção e divulgação de sondagens de âmbito político nacional. No total, foram cinco as empresas (Aximage, Intercampus, Pitagórica, UCP-CESOP e ICS-ISCTE) que produziram quatro ou mais sondagens sobre política nacional em 2022. Ainda no domínio do pluralismo, nota para a interrupção do barómetro político

da Eurosondagem, na sequência do falecimento do seu responsável técnico em final de 2021 e da verificação da caducidade da licença da empresa em meados de 2022.

Em termos das quotas, 2022 foi um ano de grande concentração do setor das sondagens realizadas para divulgação pública, observando-se um dos maiores valores acumulados, desde 2006, para as cinco empresas com mais depósitos. Olhando para o histórico, verifica-se que só mesmo em 2011 (95,6 %), 2014 (94,8 %) e 2018 (100,0 %) é que as cinco empresas com mais depósitos concentraram mais do que o valor acumulado em 2022 (93,1 %). Face a 2021 (73,2 %), verificou-se um aumento praticamente de 20 pontos percentuais (v. Anexo Figura A1).

A empresa mais representativa do setor em 2022, pelo volume de estudos depositados (36,1 %, correspondendo a 26 depósitos), foi a Pitagórica, tendo sido mesmo a única empresa a aumentar o número de depósitos face a 2021. Segue-se, com a segunda maior quota (22,2 %, correspondendo a 16 depósitos) a Aximage e depois a Intercampus (19,4 %, correspondendo a 14 depósitos). Destaque também para a UCP-CESOP e para o ICS-ISCTE (9,7 % e 5,6 %, correspondendo a sete e a quatro depósitos, respetivamente). Nota ainda para a GFK-Metris, a Domp e a Marktest, que, apesar de terem quotas muito residuais (inferiores a 3,0 %), mantiveram a atividade de realização de sondagens para publicação em 2022, conferindo maior dinamismo a um mercado em ajustamento, tanto pela ausência da Eurosondagem (empresa que dominou o mercado em termos de volume de depósitos na última década), como pela diminuição na procura de sondagens que normalmente caracteriza os períodos pós-eleitorais.

FIG. 2 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS POR EMPRESA (2017-2022)

	2017		2018		2019		2020		2021		2022		Var. Absoluta
	n	%	n	%	N	%	N	%	n	%	n	%	2021-2022
Pitagórica	-	-	-	-	22	25	7	8,6	16	8,7	26	36,1	↑
Aximage	18	14,9	12	44,4	16	18,2	11	13,6	23	12,6	16	22,2	↓
Intercampus	8	6,6	1	3,7	7	8	12	14,8	33	18,0	14	19,4	↓
UCP-CESOP	16	13,2	-	-	7	8	5	6,2	17	9,3	7	9,7	↓
ICS-ISCTE	*	*	*	*	6	6,8	5	6,2	10	5,5	4	5,6	↓
Metris	-	-	-	-	3	3,4	2	2,5	5	2,7	2	2,8	↓
Domp	1	0,8	-	-	1	1,1	-	-	2	1,1	2	2,8	=
Marktest	-	-	-	-	1	1,1	9	11,1	2	1,1	1	1,4	↓
Eurosondagem	49	40,5	14	51,9	22	25	26	32,1	38	20,8	-	-	↓
Multidados	*	*	-	-	3	3,4	4	4,9	23	12,6	-	-	↓
Ipom	15	12,4	-	-	-	-	-	-	12	6,6	-	-	↓
G.Triplo	2	1,7	-	-	-	-	-	-	1	0,5	-	-	↓
UA-CIMAD	2	1,7	-	-	-	-	-	-	1	0,5	-	-	↓
Consulmark2	10	8,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Norma Açores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Qmetrics	*	*	*	*	*	*	-	-	-	-	-	-	-
Apeme	*	*	*	*	*	*	*	*	-	-	-	-	-
Total	121	100%	27	100%	88	100%	81	100%	183	100%	72	100	%

A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente, primeiro pelo ano de 2022, depois 2020 e assim subsequentemente.

Total de entidades que depositaram sondagens: N=9 (2017), N=3 (2018), N=10 (2019), N=9 (2020), N=13 (2021) e N=8 (2022).

* O ICS/ISCTE, a Multidados a IPSOS-Apeme e a Qmetrics não detinham credenciação para a realização de sondagens nos anos assinalados.

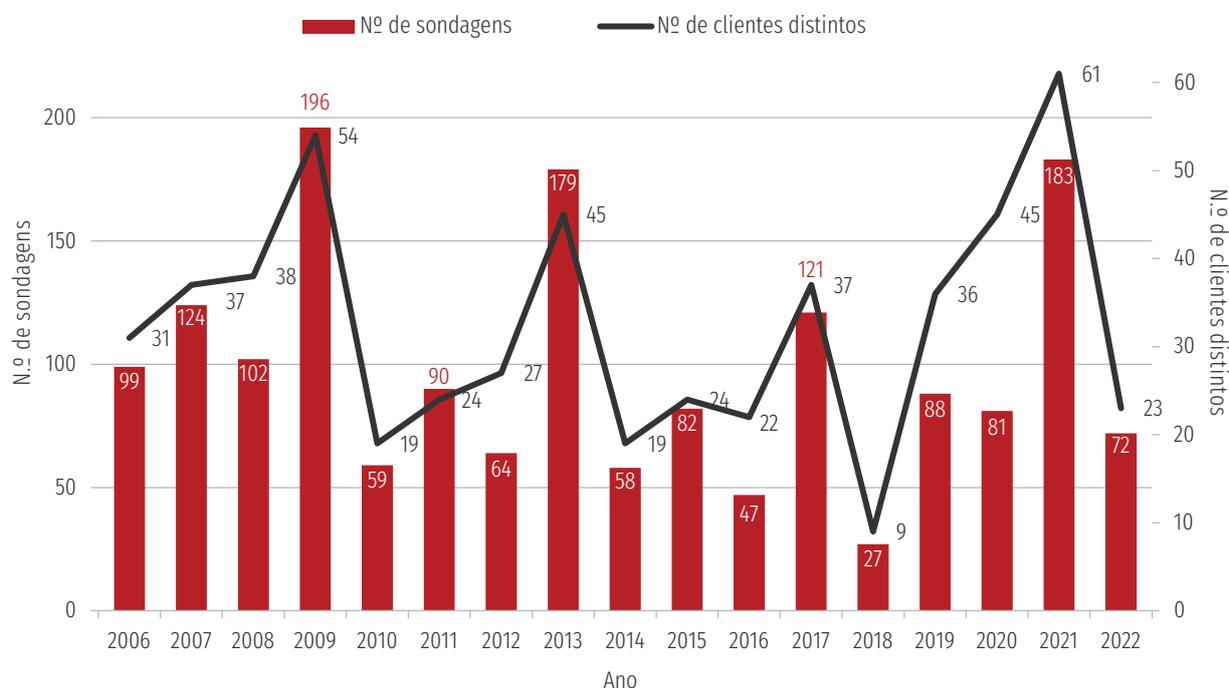
Das dinâmicas acima explanadas são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2022:

- O grande dinamismo do mercado das sondagens no primeiro mês do ano relacionado com as eleições legislativas realizadas em 30 de janeiro;
- A realização pela Pitagórica, durante 15 dias e até à antevéspera das eleições legislativas de 2022, de um *tracking poll* diário, para a TVI e para a CNN Portugal;

- A realização pelo CESOP-UCP, para a RTP e para o Público, no mês de janeiro, de uma sondagem por semana (quatro no total), no âmbito das eleições legislativas;
- A manutenção de um cenário de pluralismo ao longo do ano, no domínio da realização e publicação de barómetros políticos de âmbito nacional, mantendo-se a generalidade das parcerias observadas em 2021 (Aximage, Jornal de Notícias, Diários de Notícias e TSF; ICS-ISCTE, SIC e Expresso; Intercampus, Correio da Manhã TV, Correio da Manhã e Jornal de Negócios; CESOP-UCP, RTP e Público; e Pitagórica, TVI e CNN Portugal);
- A caducidade da credenciação da Eurosondagem, empresa com maior número de sondagens depositadas desde a entrada em funções da ERC (502 sondagens, representando perto de 30 % do total de depósitos efetuados entre 2006 e 2022), e consequente interrupção do seu barómetro político mensal.

No lado da procura, verifica-se, face ao ano anterior, uma grande diminuição no número de clientes distintos a contratar sondagens para divulgação pública (23 em 2022 contra os 61 registados em 2021) (v. Figura 3). Esta diminuição é essencialmente explicada pela natureza dos atos eleitorais realizados em 2021 (presidenciais e autárquicas) e 2022 (legislativas), sendo que o histórico demonstra que as eleições para os órgãos de poder local motivam a contratação de sondagens tanto pelos *media* nacionais como regionais, ao passo que as eleições nacionais, e com exceção do período 2019-2021, motivam mais a contratação de sondagens por parte dos *media* nacionais. O período 2019-2021 tem características diferentes, no que concerne ao perfil dos clientes de sondagem, dado que neste triénio o barómetro político da Eurosondagem foi realizado para um consórcio de órgãos de comunicação social variados, nacionais e regionais, sob o patrocínio, primeiramente, da Associação Mutualista Montepio, e, posteriormente, do Grupo Libertas. A análise longitudinal permite ver que o número de clientes distintos registados em 2022 é dos mais baixos desde 2006, tendo-se apenas observado menor diversidade, quanto aos clientes de sondagens, nos anos de 2010 (19), 2014 (22) e 2016 (9). Não obstante, em 2022 verificou-se existência de diversidade em matéria de clientes de sondagens, materializada pela contratação de sondagens sobre política nacional por parte de órgãos de comunicação social pertencentes a cinco grupos de *media* distintos (Cofina, Impresa, Global Notícias, Media Capital e RTP).

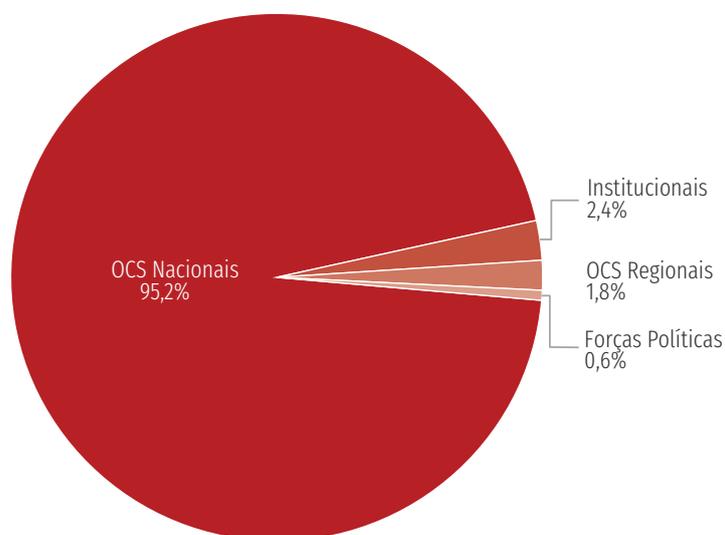
FIG. 3 – NÚMERO DE CLIENTES E DE SONDAJENS DEPOSITADAS (2006 A 2022)



Seguindo uma tendência já verificada em anos anteriores, uma parte das sondagens depositadas é associada a mais do que um cliente, daí que ao total de 72 depósitos efetuados em 2022 correspondam 165 entradas de clientes. Agrupando os clientes identificados nas fichas técnicas de depósito por tipo, consoante a sua área de atividade (*media*, institucionais e forças políticas) e natureza (nacionais ou regionais, apenas no caso dos *media*), verifica-se que os *media* nacionais são os mais referenciados nas fichas técnicas de sondagens, (95,2 %) (v. Figura 4). Os restantes tipos

de clientes têm uma presença meramente residual nas fichas técnicas das sondagens depositadas em 2022 (institucionais, 2,4 %; órgãos de comunicação social regionais, 1,8 %; e forças políticas, 0,6 %).

FIG. 4 – TIPO DE CLIENTES DE SONDAJENS EM 2022 (EM PORCENTAGEM)



Total de depósitos N=72 (2022).

Total de clientes referenciados em depósitos N=165 (2022).

Total de clientes distintos N=23 (2022).

Em termos da importância dos clientes, medida pela frequência da sua presença em depósitos, quem mais se destacou em 2022 foram os serviços de programas TVI e CNN Portugal, os quais, em conjunto, contrataram 25 sondagens à Pitagórica (17 estudos no âmbito das eleições legislativas, no mês de janeiro, e oito barómetros políticos mensais, ao longo do ano) e quatro estudos avulsos, sobre temas de atualidade política nacional, à Aximage. Seguem-se, com presença em 12 depósitos, os órgãos da Cofina Media (Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios), pela contratação, à Intercampus, de 11 barómetros políticos mensais e de uma sondagem pós-eleitoral, à boca das urnas, no dia das eleições legislativas. O Jornal de Notícias, Diário de Notícias e o serviço de programas radiofónico TSF, órgãos da Global Media, estão também diretamente ligados à contratação de 11 Barómetros Políticos mensais à Aximage, empresa de sondagens que, tal como a Global Media, tem a sua estrutura proprietária ligada ao Grupo Bel. No domínio dos órgãos de comunicação social nacionais, destaque ainda para o operador dos serviços públicos de rádio e televisão (RTP), responsável pela contratação de sete sondagens (seis em parceria com o jornal Público ao CESOP-UCP) e para os órgãos da Impresa, SIC e Expresso, pela contratação de cinco e quatro sondagens, respetivamente, ao ICS-ISCTE e à GfK Metris (esta última apenas responsável pela sondagem à boca das urnas em dia ato eleitoral). Por fim, e já no domínio dos órgãos de comunicação social regionais, nota para a Global Media (Diário de Notícias da Madeira e TSF Madeira) e para a empresa jornalística da Madeira (JM-Madeira e serviço de programas radiofónico 88.8JM), pela contratação, respetivamente, à Aximage e Intercampus, de uma sondagem de âmbito regional (v. Anexo Figura A3).



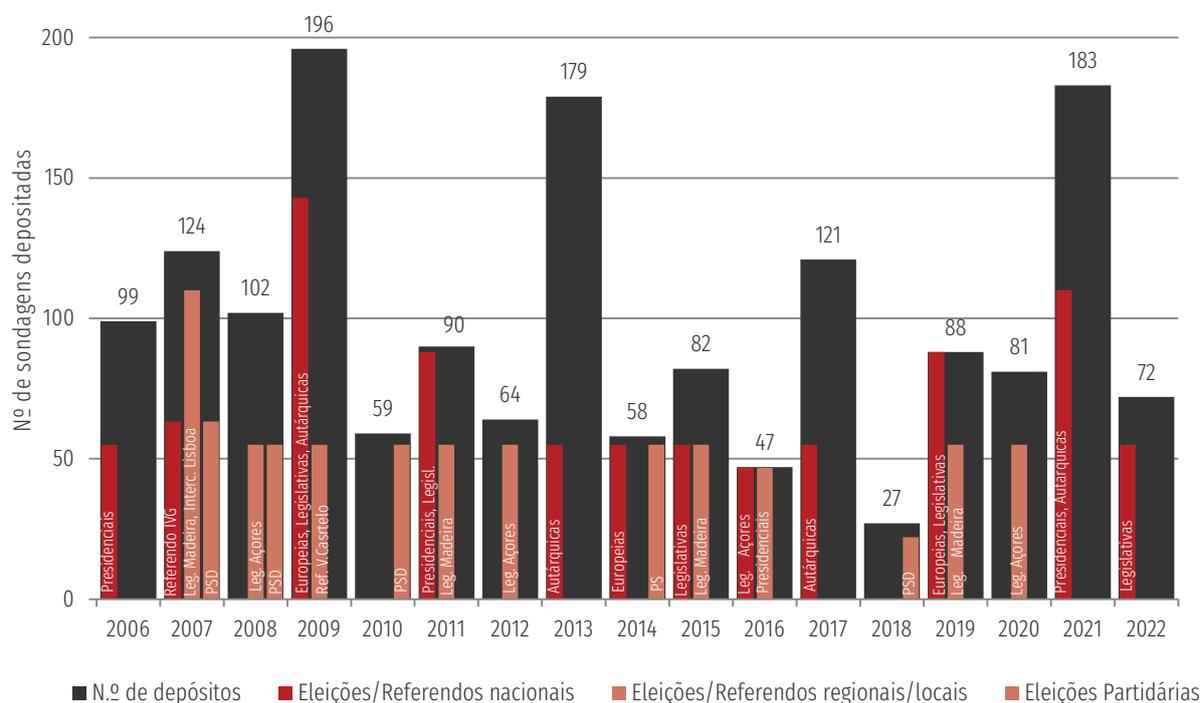
2.2. DEPÓSITOS²

Em 2022, foram efetuados 72 depósitos de sondagens (v. Figura 5). Pode-se observar que este número representa um forte decréscimo face 2021 (60,7 %), ano em que se contabilizaram 183 de depósitos.

Quando comparado o volume de depósitos com 2011 (n=90), ano com alguma similaridade em matéria de calendário eleitoral, por também se terem verificado eleições legislativas antecipadas, o número de depósitos é muito similar, especialmente se consideramos que em 2011 também se realizaram eleições presidenciais e legislativas regionais na Madeira, e que acabam por absorver a diferença no número de depósitos registados nesses anos. Numa perspetiva mais global e considerando a totalidade dos depósitos registados na ERC ao longo dos seus dezassete anos de existência (1726 depósitos entre os anos de 2006 e 2022), verifica-se que o número registado em 2022 (72 depósitos) é bastante inferior à média anual para o período considerado (101,5 depósitos por ano), ainda que se encontre muito distante do valor mínimo registado em 2018 (27 depósitos) (v. Figura 5).

No domínio dos barómetros regulares com acompanhamento das intenções de voto legislativo e da imagem e popularidade dos atores políticos, manteve-se um volume elevado de depósitos, superior a 30. Ainda que o número de barómetros depositados indique que o mercado continua bastante plural, diverso e concorrencial, não se pode deixar de notar que com a interrupção da produção da atividade da Eurosondagem, e conseqüentemente, do seu barómetro político mensal, o mercado passou a ser mais restrito face ao observado no triénio anterior (2019-2021).

FIG. 5 – DISTRIBUIÇÃO ANUAL DAS SONDAGENS DEPOSITADAS E DOS ATOS ELEITORAIS REALIZADOS (2006 A 2022)



Total de depósitos N=1726 (2006-2022).

² Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

2.3 TEMAS ABORDADOS

2.3.1 ABORDAGEM DOS TEMAS DAS SONDAGENS

As sondagens depositadas na ERC são classificadas quanto às temáticas sobre as quais incidem. O plano de codificação utilizado foi elaborado com o objetivo de responder de forma adequada às obrigações da regulação no domínio das sondagens e inquéritos de opinião, de acordo com o disposto no «Objeto» da Lei das Sondagens (Cf. artigo 1.º da Lei 10/2000, de 21 de junho).

A tipologia temática organiza-se em três níveis: no primeiro nível encontram-se nove grandes grupos temáticos, sendo que os oito primeiros refletem a operacionalização das temáticas que emanam do disposto no já referido artigo 1.º da Lei das Sondagens:

- Grupo 1 - 'Atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes';
- Grupo 2 - 'Competências e organização dos órgãos constitucionais';
- Grupo 3 - 'Avaliação dos órgãos constitucionais e dos atores políticos';
- Grupo 4 - 'Atividades e organização dos partidos e das forças políticas';
- Grupo 5 - 'Intenção e sentido de voto';
- Grupo 6 - 'Cenários e representações relacionadas com escrutínios';
- Grupo 7 - 'Sistema político';
- Grupo 8 - 'Outros temas relacionados com órgãos constitucionais'.

O nono grupo foi criado especificamente para compreender o segmento de sondagens ou estudos depositados que não se insiram no âmbito do citado diploma.

Os segundo e terceiro níveis de análise temática segmentam os nove *grandes grupos temáticos* de forma a possibilitar uma análise específica e pormenorizada das diversas temáticas sobre as quais incidem as sondagens depositadas. Denominam-se, respetivamente, tema (subgrupo temático) e referência temática (v. Figura A5).

2.3.2 OS TEMAS ABORDADOS EM 2022

Os dados relativos à distribuição dos depósitos, de acordo com os grandes grupos temáticos, mostram que aqueles que se referem à 'intenção e sentido de voto', à 'avaliação dos órgãos e dos atores políticos' e às 'atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes' foram os que tiveram maior proeminência nas sondagens depositadas em 2022, sendo observáveis em, respetivamente, 76,4 %, 59,7 % e 56,9 % dos depósitos (v. Figura 6). Face a 2021, é de notar a maior relevância assumida pelas temáticas ligadas à avaliação da imagem dos órgãos e dos atores políticos face às questões acerca das atividades dos mesmos.

Da análise dos temas releva a proeminência que as temáticas relacionadas com os atos eleitorais tendem a evidenciar por serem aquelas que tanto clientes como público consideram ter maior interesse informativo. A realização de eleições legislativas, em 2022, explica a presença significativa de questões referentes à 'intenção de voto legislativo' (50 depósitos).

O segundo grupo temático a evidenciar-se em 2022 agrega as referências temáticas relativas à 'avaliação dos órgãos e dos atores políticos'. A saliência deste grande grupo temático decorre, em grande parte, da produção regular de baró-

metros políticos no âmbito dos quais os inquiridos são confrontados com perguntas relativas à atuação dos detentores de cargos políticos, nomeadamente do Primeiro-Ministro, do Governo e dos líderes partidários

Nas temáticas abordadas pelos estudos de opinião relativas às 'atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes' destacam-se as exercidas no setor da saúde, reflexo da importância assumida por esta área governativa nos últimos anos, nomeadamente através da discussão do papel do SNS e da sua gestão

FIG. 6 – PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS PELAS SONDAGENS EM 2022

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos	(%)
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto (Presente em 76,4% dos depósitos)	Voto legislativo	50	69,4%
	Intenção de ir votar	18	25,0%
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos (Presente em 59,7% dos depósitos)	Imagem do Primeiro-Ministro	32	44,4%
	Imagem do Governo	21	29,2%
	Imagem dos líderes partidários	17	23,6%
	Imagem dos ministros	16	22,2%
	Imagem do Presidente da República	15	20,8%
Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e seus representantes (Presente em 56,9% dos depósitos)	Políticas para a saúde	16	22,2%

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 15 ocorrências.

Total de depósitos N=72 (2022).

Total de temas distintos registados N=112 (2022).

3. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAGENS

De uma forma geral, observou-se que as entidades credenciadas apresentam diversidade metodológica na construção das suas amostras, empregando diferentes combinações de métodos e técnicas, cientificamente validadas, na elaboração das suas sondagens.

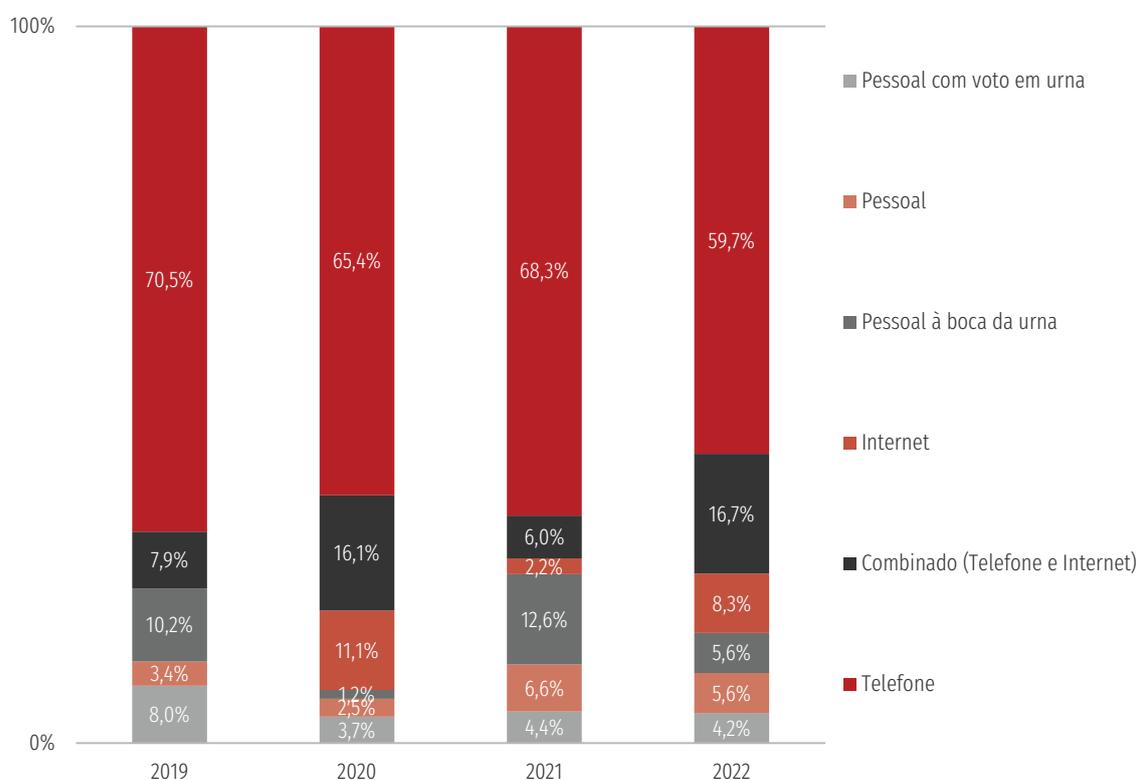
3.1 MÉTODOS DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

No que concerne às técnicas de recolha da informação utilizadas nas sondagens depositadas, 2022 seguiu o padrão dos anos precedentes, observando-se que 84,7 % dos estudos depositados foram realizados através de entrevistas não presenciais. A entrevista telefónica continua a ser a técnica mais utilizada (59,7 %), ainda que o seu peso relativo tenha vindo a baixar nos últimos anos (v. Figura 7). A Pitagórica, a Intercampus e o CESOP-UCP utilizam, normalmente, a entrevista telefónica nas sondagens regulares realizadas no âmbito das suas parcerias com órgãos de comunicação social. Seguem-se, ainda no domínio das entrevistas não presenciais, e em categorias que têm vindo a ganhar peso desde 2019, as sondagens realizadas através de técnicas combinadas (entrevistas telefónicas através de CATI, mais entrevistas *online* via CAWI) e de entrevistas exclusivamente *online* (16,7 % e 8,3 %, respetivamente). A Aximage é a



entidade credenciada que mais recorre à utilização destas técnicas, utilizando o método combinado na produção do barómetro político mensal que realiza para o Jornal de Notícias, Diário de Notícias e TSF e o método exclusivo *online* em sondagens avulsas e temáticas, muitas vezes produzidas para a CNN e a Media Capital. Na esfera dos métodos presenciais, as técnicas de recolha de informação mais utilizadas foram as entrevistas pessoais residenciais, utilizadas sobretudo pelo ICS-ISCTE na produção de sondagens regulares para os órgãos do Grupo Impresa, e as entrevistas pessoais à boca da urna (5,6 %, *ex aequo*), realizadas no dia da eleição presidencial pela Intercampus, Pitagórica, GFK-Metris e UCP-CESOP.

FIG. 7 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (2019-2022)

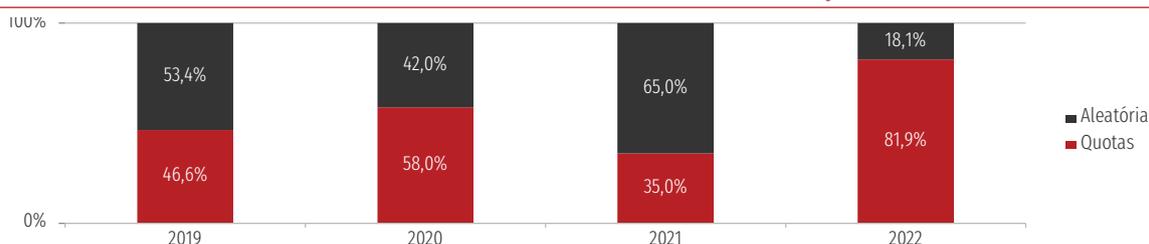


Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

3.2 MÉTODOS DE SELEÇÃO DE AMOSTRAS

No campo dos métodos de seleção das amostras, regressou a predominância das amostras por quotas (81,9 %) (v. Figura 8). Observando a evolução entre 2019 e 2022, verifica-se intermitência anual nos métodos de seleção predominantes, sendo que estas variações nada têm a ver com rigor ou debilidades dos métodos em si, antes refletem a maior atividade, no que concerne ao número de depósitos, das entidades credenciadas que privilegiam os métodos aleatórios na seleção das suas amostras. No caso concreto de 2022, é fácil de concluir que grande parte do peso ganho pelos métodos de seleção por quotas são reflexo direto da ausência de depósitos por parte da Eurosondagem, empresa que recorria ao método de seleção aleatório para construção das amostras e que em 2021 foi responsável por mais de 20 % dos depósitos de sondagens realizados ao abrigo da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

FIG. 8 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE SELEÇÃO DAS AMOSTRAS³ (2019-2022)

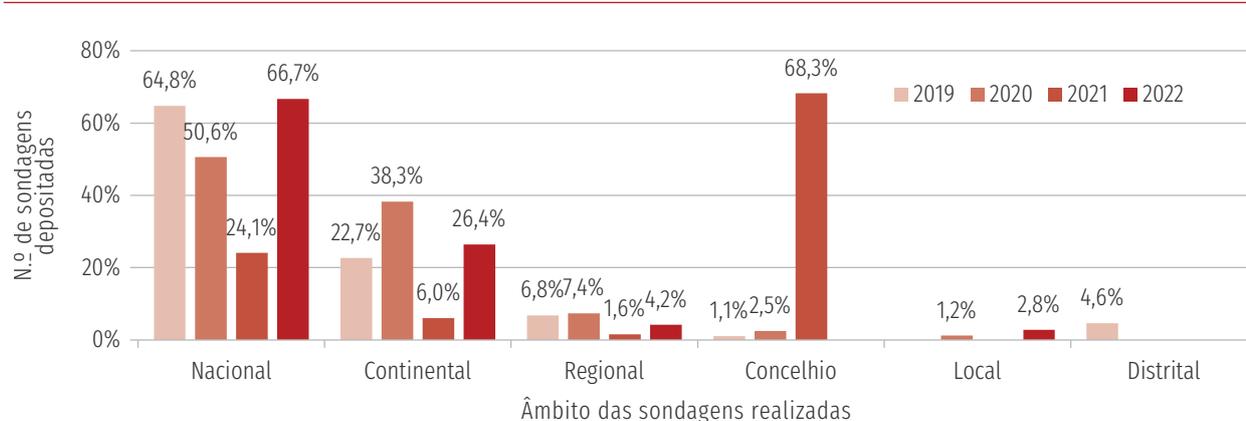


Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

3.3 ÂMBITO GEOGRÁFICO DOS ESTUDOS

O âmbito geográfico traduz, a partir do universo alvo definido nas fichas técnicas, a incidência territorial (nacional, continental, regional, concelhio, local e lista) dos estudos depositados. Este indicador, ainda que não esteja diretamente relacionado com eleições (dado que há sondagens que não abordam temas eleitorais), é algo sensível ao calendário eleitoral. As sondagens com amostras de âmbito nacional e continental foram predominantes em 2022 (66,7 % e 26,4 %, respetivamente), relacionando-se a maior parte destes estudos (55 de um subtotal de 67 depósitos) com as eleições legislativas ocorridas em janeiro de 2022 e com os barómetros políticos regulares produzidos nos restantes meses do ano. Com valores muito residuais, surgem os estudos com amostras de âmbito regional, relacionados com as eleições regionais da Madeira de 2023, e os estudos com amostras de âmbito local, relacionados com a reorganização administrativa de duas freguesias (Frossos e Valmaior) do concelho de Albergaria-a-Velha (4,2 % e 2,8 %, respetivamente) (v. Figura 9).

FIG. 9 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR ÂMBITO GEOGRÁFICO DAS AMOSTRAS (2019-2022)



Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

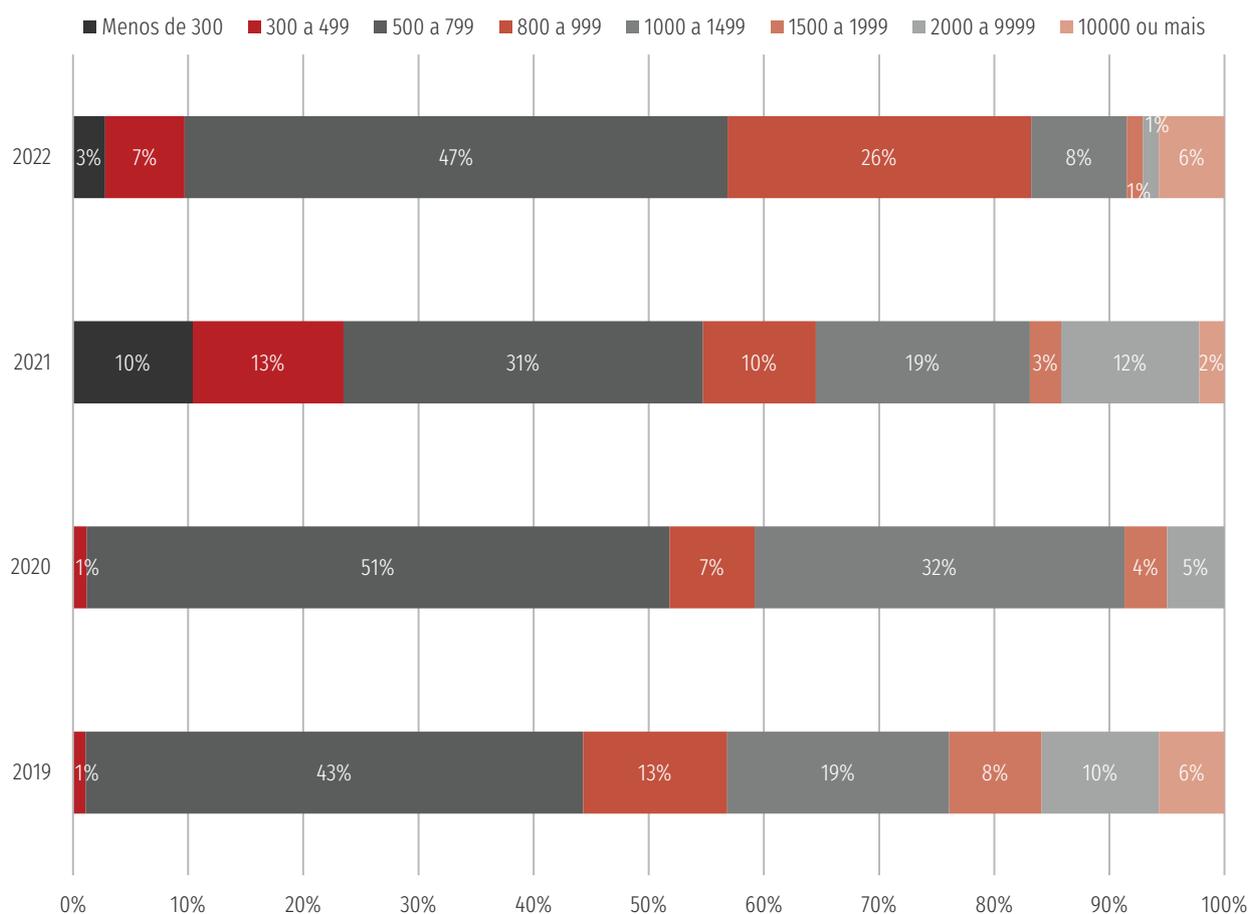
³ A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na base de dados anterior. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método **misto** que vinha sendo apresentado em relatórios de anos anteriores, considerando-se que a seleção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), complementada com o recurso à definição de **quotas** nas variáveis demográficas dos indivíduos a entrevistar, se enquadra no método de seleção por quotas.

3.4 DIMENSÃO DAS AMOSTRAS

Em 2022, foram realizadas 152 328 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas realizadas para divulgação pública, tendo sido realizadas e validadas menos 143 078 entrevistas do que no ano precedente. Esta grande diminuição no número de entrevistas realizadas relaciona-se diretamente com a natureza dos atos eleitorais ocorridos em 2021, principalmente das eleições autárquicas gerais, responsáveis pelos picos de entrevistas observados ciclicamente a cada quatro anos.

A média de inquiridos com entrevista validada por sondagem em 2022 fixou-se em 2115,7 inquiridos. Excluindo as quatro sondagens pós-eleitorais à boca de urna, essa média baixa para 725,7 inquiridos por sondagem, valor ligeiramente inferior ao verificado para 2021 (736,3 inquiridos), quando também desconsideradas, para efeitos comparativos, as sondagens pós-eleitorais. As amostras mais frequentes dos depósitos realizados em 2022 inserem-se, à semelhança dos anos anteriores, no intervalo amostral entre 500 a 799 (presentes em 47 % do total de depósitos de 2022) (v. Figura 10). Quanto aos extremos, menor e maior amostras, a amostra mais pequena (N=94) pertence a uma sondagem com uma amostra de âmbito local realizada pela DOMP em Albergaria-a-Velha aos habitantes da antiga freguesia de Frossos, e a amostra de maior dimensão (N=33 157) foi registada no âmbito de uma sondagem à boca-da-urna relativa às eleições legislativas da responsabilidade da Pitagórica.

FIG. 10 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS POR ESCALÃO DE DIMENSÃO DAS AMOSTRAS (2019-2022)



Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

4. DIVULGAÇÃO DE SONDAGENS⁴

4.1 ENQUADRAMENTO

O acompanhamento regular realizado pela ERC em matéria de estudos de opinião de natureza política permitiu identificar, em 2022, a publicação ou difusão pública de mais de cinco mil peças jornalísticas nesse âmbito. Destas, 2240 faziam referência ou divulgação a sondagens de opinião e duas a inquéritos de opinião.

Há registo de divulgação pública de 93,1 % do total de sondagens depositadas em 2022 (N=72). A percentagem de sondagens com divulgação identificada por ano de depósito foi ligeiramente maior do que no ano da anterior eleição para a Assembleia da República (2019), em que se verificou a divulgação da 89,8 % das sondagens depositadas. No entanto, o número substantivamente mais elevado de divulgações identificadas em 2019 deve-se ao facto de nesse ano se terem realizado dois atos eleitorais de âmbito nacional e um regional.

Deixando de considerar somente as divulgações referentes aos depósitos de 2022 e alargando a análise ao total de estudos com divulgação identificada, conclui-se, face a 2019, pela diminuição do número total de sondagens publicadas (91 em 2019 para 77 em 2022).

O número de divulgações identificadas desceu acentuadamente, registando-se 2240 divulgações em 2022, quando em 2019 foram identificadas 4445 (v. Figura 11).

FIG. 11 – SONDAGENS DEPOSITADAS E DIVULGAÇÕES IDENTIFICADAS (2019 E 2022)

	2019	2022
Sondagens depositadas	88	72
Sondagens com divulgação identificada (por ano de depósito)	79	67
% de depósitos com divulgação identificada (por ano de depósito)	89,8%	93,1%
Total de sondagens com divulgação identificada	91	77
Total de divulgações com depósito associado	4445	2240

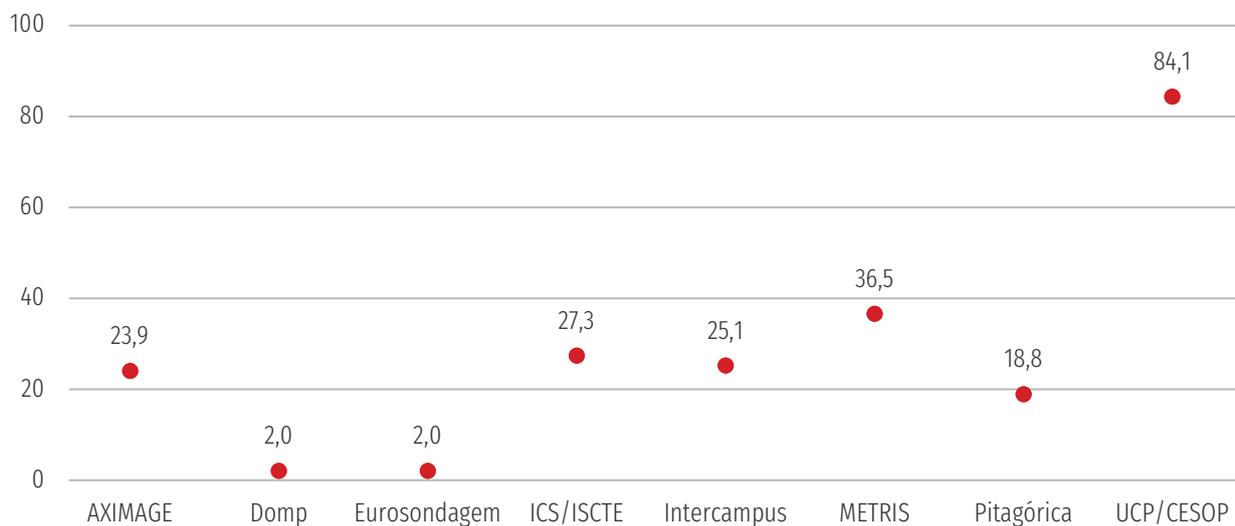
Em média, publicaram-se 186,6 divulgações de sondagem por mês em 2022, o que corresponde a uma média de 6,1 divulgações de sondagens por dia. Janeiro foi o período de maior atividade no que concerne a divulgações (1402), seguindo-se os meses de julho e de fevereiro (178 e 102 divulgações, respetivamente). Os meses com menos divulgações de sondagens foram novembro e dezembro (com 38 e 45 divulgações, respetivamente). O número médio de divulgações por sondagem fixou-se em 31,1 divulgações por depósito, o que indicia um razoável nível de propagação das sondagens, no entanto bastante inferior ao verificado em 2019, facto que se justifica pelas razões já apresentadas. O mínimo de divulgações por depósito de sondagem foi um, reportando-se este mínimo a cinco depósitos, sendo um referente a depósito anterior a 2022. Por sua vez, o máximo de divulgações registado foi de 158, relativas ao depósito de uma sondagem pré-eleitoral relativa às Eleições Legislativas, realizada pela UCP/CESOP para o Público e RTP e Antena1.

As sondagens realizadas pelo centro de estudos da Universidade Católica, em 2022, foram aquelas que conseguiram maior disseminação, tendo alcançado, em média, 84,1 divulgações por depósito. Seguem-se, com uma média significa-

⁴ A metodologia de contabilização das divulgações foi alvo de revisão, pelo que os números do presente relatório podem apresentar ligeiras variações face aos números reportados em Relatórios de Regulação anteriores. São contabilizadas como divulgações todas as peças (de imprensa, televisão, rádio e internet) identificadas pela ERC que se subsumam no objeto da Lei das Sondagens (cf. artigo 1º da Lei N.º 10/2000, de 21 de julho).

tivamente inferior, de cerca de 37 divulgações por depósito, as sondagens produzidas pela METRIS, reportando a dois estudos de âmbito político realizados por esta empresa em 2022. A Pitagórica foi a empresa que produziu estudos com menor divulgação, com uma média de 19 divulgações por depósito. Os estudos presentes no gráfico da autoria da Eurosondagem não foram depositados em 2022, reportando-se a referência jornalística às eleições legislativas de 2019 (v. Figura 12).

FIG. 12 – MÉDIA DE DIVULGAÇÕES POR DEPÓSITO, POR ENTIDADE CREDENCIADA EM 2022



Sondagens divulgadas em 2022 N=77 (Por ano de depósito N=67 (2022); N=8 (2021); N=1 (2019); N=12 (2023)). Total de divulgações de sondagens N=2240 (2022).

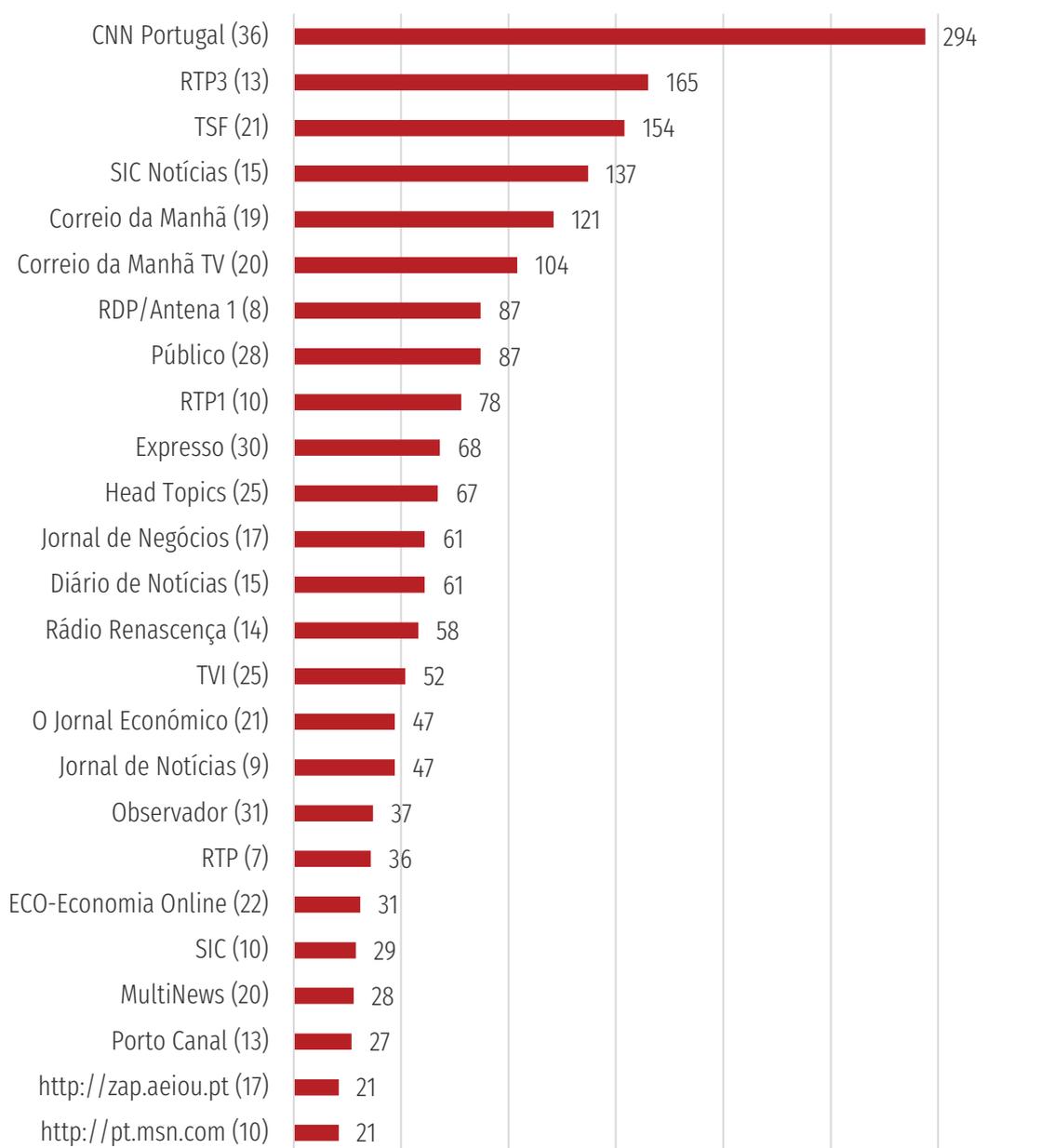
A observação das dez sondagens mais divulgadas em 2022 (v. Anexo Figura A5), onde apenas figuram sondagens da UCP/CESOP, Aximage, ICS/ISCTE e Pitagórica, espelha a concentração verificada no mercado das sondagens realizadas para divulgação pública nesse ano. O estudo com mais divulgações identificadas, quanto ao número de peças, foi a “Sondagem política janeiro de 2022 – 1”, depositada a 7 de janeiro pela UCP/CESOP. A esta sondagem foram associadas um total de 158 divulgações, publicadas durante 11 dias, por 38 órgãos de comunicação social diferentes. Por sua vez, a sondagem à boca da urna, realizada pela Pitagórica para a TVI e CNN, no dia das eleições para a Assembleia da República, foi a que acumulou maior número de divulgadores (45 órgãos de comunicação social distintos). Quanto ao estudo com maior número de dias em divulgação, foi a “Sondagem política - janeiro de 2022 - sondagem 3”, da UCP/CESOP sobre a atualidade política no período pré-eleitoral, depositada em janeiro e alvo de peças noticiosas durante 12 dias, seguidos ou interpolados. Ainda de sublinhar que as dez sondagens mais disseminadas, apesar de representarem pouco mais de um décimo do total dos estudos divulgados em 2022 (13,8 %), correspondem a mais de um terço (45 %) da totalidade das divulgações identificadas para o mesmo período.

4.2 DIVULGADORES DE SONDAJENS

No cumprimento da sua função de Regulador, a ERC empenha-se em monitorizar a divulgação pública de sondagens.

A Figura 13 apresenta os órgãos de comunicação social com maior volume de sondagens divulgadas, contrastando depois esse número com o número absoluto de divulgações que fizeram ao longo do ano de 2022. A CNN Portugal foi o órgão de comunicação social com maior número de sondagens divulgadas (36), sendo, concomitantemente, o maior divulgador. Como canal temático informativo, a CNN Portugal tem noticiários à hora certa e quando divulga uma sondagem da qual também é cliente essa divulgação é feita de forma sistemática em vários dos seus noticiários ao longo do dia.

FIG. 13 – NÚMERO DE SONDAGENS DIVULGADAS E NÚMERO DE DIVULGAÇÕES IDENTIFICADAS POR PRINCIPAIS DIVULGADORES (2022)



Sondagens divulgadas em 2022 N=77 (Por ano de depósito N=67 (2022); N=8 (2021); N=1 (2019); N=12 (2023). Total de divulgações de sondagens N=2240 (2022).

*Para efeitos da análise, consideraram-se "principais divulgadores" as entidades que procederam à divulgação de 20 ou mais estudos em 2022.

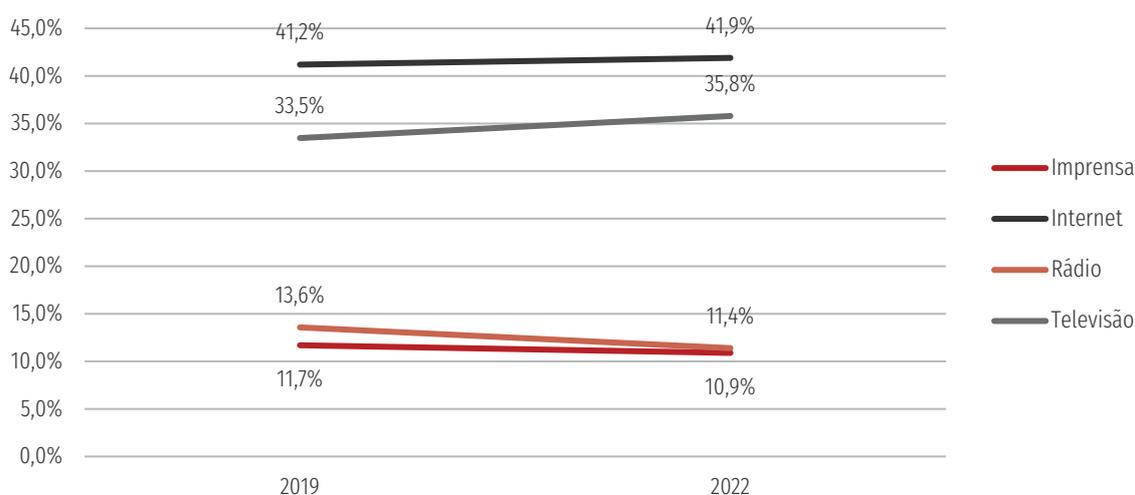
A ERC fixou o critério para considerar um órgão de comunicação social como principal divulgador na observação de este ter divulgado 20 ou mais sondagens diferentes ao longo do ano. Em 2022, 25 órgãos cumprem esse critério, representando 24,3 % do total de órgãos de comunicação que veicularam pelo menos uma sondagem.

Quando observamos o número de peças divulgadas pelos 25 órgãos de comunicação social que divulgaram 20 ou mais sondagens, constatamos que apesar de representarem cerca de um quarto do total de divulgadores, veicularam 85,6 % das peças de divulgação de sondagens identificadas. Assim, verifica-se que estes não só divulgam um volume superior de sondagens, como produzem um volume muito superior de peças sobre elas.

4.3 TIPOLOGIA DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO

A distribuição das divulgações de sondagens realizadas em 2022, pelos quatro tipos de suporte considerados na análise – televisão, rádio, imprensa e internet – revela pouca variação face ao ano homólogo de 2019. A internet mantém-se como o suporte com maior número de divulgações, secundado pela televisão (v. Figura 14), revelando ambos um ligeiro crescimento, abaixo de 1 p.p. Em sentido contrário, e com um peso relativo de 11,4 %, surge a rádio, apresentando um ligeiro decréscimo face a 2019. A imprensa também apresenta uma diminuição do seu peso relativo, sendo o suporte que menos relevo deu às peças sobre estudos de opinião (10,9 %).

FIG. 14 – PERCENTAGEM DE DIVULGAÇÕES DE SONDAJENS, POR MEIO DE COMUNICAÇÃO (2019 E 2022)



Total de divulgações identificadas em estudos devidamente depositados na ERC N= 4459 (2019); N= 2240 (2022).

4.4 IMPRENSA

As divulgações realizadas pela imprensa em 2022 registaram uma diminuição significativa face a 2019, observando-se que, em valores absolutos, representam cerca de metade das divulgações recolhidas em 2019.

Durante 2022, os jornais diários generalistas mantiveram a aposta na divulgação de sondagens, continuando a liderar as divulgações realizadas na imprensa (64,8 % do total). Os jornais económicos, os jornais regionais e os jornais semanários surgem a seguir, representando, respetivamente, 12,3 %, 11,1 % e 9,8 % da totalidade das divulgações realizadas e recuperadas da imprensa.

Quanto aos restantes tipos de publicação, designadamente as revistas, mantiveram um peso marginal, não acumulando mais do que 1,6 % do total das sondagens publicadas pela imprensa em 2022.

Os principais divulgadores de sondagens na imprensa são o Correio da Manhã, o Público, o Jornal de Notícias e o Jornal de Negócios, órgãos que se constituem como clientes de estudos de opinião em parcerias com outros meios da rádio e televisão. O título que mais vezes publicou divulgações de sondagens em 2022 foi o Correio da Manhã (70 divulgações), cliente em parceria com a CMTV e o Jornal de Negócios dos estudos eleitorais realizados pela Intercampus. O Público mantém o protagonismo que detinha em 2019, sendo responsável por cerca de 15 % das divulgações analisadas na imprensa. Também o Jornal de Notícias, parceiro do DN e da TSF, mantém um lugar relevante na lista dos principais divulgadores de sondagens.

Da análise da distribuição de divulgações por título, pode verificar-se que esta se mantém plural, não se encontrando grande concentração de divulgações num só órgão de comunicação social.

FIG.15 – PRINCIPAIS ÓRGÃOS DE IMPRENSA EM NÚMERO DE DIVULGAÇÕES PUBLICADAS (2019 E 2022)

Suporte (OCS)	2019		2022	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
Correio da Manhã	51	9,8	70	28,7
Público	73	14,0	37	15,2
Diário de Notícias	4	0,8	28	11,5
Jornal de Negócios	58	11,1	28	11,5
Jornal de Notícias	52	10,0	18	7,4
Expresso	48	9,2	14	5,7
Outros órgãos de imprensa com menos de 10 divulgações identificadas em 2019	235	45,1	49	20,1
Total de peças	521	100	244	100
Total de órgãos divulgadores	57		30	

Estão discriminados os órgãos com 10 ou mais divulgações em 2022.

Total de divulgações identificadas na imprensa – N= 244 (2022); N= 521 (2019).

4.5 TELEVISÃO

Em 2022 foram divulgadas 801 peças sobre sondagens na televisão. Este número representa uma diminuição acentuada face ao número de divulgações televisivas observadas em 2019 (1494). Verificou-se ainda que 64,7 % das peças foram transmitidas por canais temáticos especializados, à semelhança do que se observou para o ano de 2019.

Com recurso à análise por serviço de programas, podemos afirmar que o ranking referente às suas posições relativas, no que concerne ao número de peças de divulgação de sondagens, apresenta alterações quanto ao maior divulgador, destacando-se a CNN Portugal. A SIC Notícias perde relevo, se compararmos o peso relativo como divulgador que apresentava em 2019 (decrésimo de 35,6 %, em 2019, para 15,0 %, em 2022). A RTP3 é estável, não se observando alterações significativas no peso relativo que as peças de divulgação têm no universo de peças observado, quando comparados os anos de 2019 e 2022. O mesmo se constata sobre o comportamento da CMTV. (v. Figura 16).

FIG.16 – PRINCIPAIS ÓRGÃOS DE TELEVISÃO EM NÚMERO DE PEÇAS NOTICIOSAS (2018 E 2019)

Suporte (OCS)	2019		2022	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
CNN	-	-	233	29,1
RTP3	293	19,6	165	20,6
SIC N	532	35,6	120	15,0
CMTV	140	9,4	85	10,6
RTP1	136	9,1	78	9,7
TVI	56	3,7	52	6,5
SIC	113	7,6	29	3,6
Porto Canal	43	2,9	25	3,1
RTP2	21	1,4	13	1,6
RTP Açores	-	-	1	0,1
Total	1494	100	801	100

Total de divulgações identificadas na televisão – N= 801 (2022); N= 1494 (2019).

4.6 RÁDIO

O número de peças divulgada na rádio, em 2022, é substantivamente inferior ao verificado no ano em que se realizaram as anteriores Eleições Legislativas. Como atrás já se avançou, este decréscimo estará relacionado com o facto de em 2019 se terem realizado outras duas eleições, a saber, para o Parlamento Europeu e para a Assembleia Regional da Madeira.

A TSF divulgou mais de metade das peças sobre sondagens emitidas na rádio (50,4 %). Antena1 e Rádio Renascença também têm uma presença relevante, representando a quase totalidade dos restantes 50 % (v. Figura 17).

FIG.17 – ÓRGÃOS DIVULGADORES NA RÁDIO, EM NÚMERO DE PEÇAS NOTICIOSAS (2018 E 2019)

Suporte (OCS)	2019		2022	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
TSF	415	68,4	129	50,4
RDP/Antena 1	77	12,7	87	34,0
Rádio Renascença	76	12,5	34	13,3
RFM	19	3,1	4	1,6
Rádio Comercial	17	2,8	2	0,8
Outras rádios	3	0,5	-	-
Total	607	100	256	100

Total de divulgações identificadas na rádio – N=256 (2022); N=607 (2019).

4.7 INTERNET

A observação e recolha das divulgações de sondagens em órgãos de comunicação social de natureza ou suporte eletrónico permitiu analisar em 2022 um total de 939 peças noticiosas, valor substancialmente inferior ao número de peças recolhidas em 2019 (1840).

A divulgação de sondagens através de blogues e redes sociais é, desde 2014, incluída na análise do segmento *online* da publicação de peças relativas a estudos de opinião. Dentro desta categoria, é possível identificar divulgações de tipo promocional, referencial e analítico/opinativo. As primeiras referem-se, sobretudo, ao uso feito pelos OCS das redes sociais, utilizando esse meio para promover de forma breve peças acerca de sondagens e fornecer a ligação para a divulgação na sua plataforma eletrónica. As peças de tipo referencial são aquelas cujos autores apenas referenciam os resultados de um estudo, identificando o órgão e o responsável do estudo, mas sem disponibilizar a ligação à peça que deu origem à referência. As peças de caráter analítico/opinativo distinguem-se daquelas classificadas como referenciais por acrescentarem à exposição dos dados uma análise dos mesmos, que pode ser metodológica e/ou substantiva.

O portal Head Topics, que marca presença em diversos países, é o maior divulgador *online* de sondagens. Em 2022, no entanto, estas divulgações são meras replicações de notícias produzidas pelos OCS portugueses.

Em paralelo com o verificado na análise da televisão e da imprensa, a CNN Portugal, Expresso, Correio da Manhã e Público, foram identificados como os grandes divulgadores de sondagens *online* (6,5 %, 5,8 %, 5,4 % e 5,3 %, do total de divulgações identificadas, respetivamente), seguidos, com uma representatividade na casa dos 4 %, pelo OCS *online* Jornal Económico e Observador.

Tal como já foi observado na imprensa, verifica-se uma dispersão do número de peças divulgadas *online* por um, igualmente, elevado número de divulgadores (v. Figura 18).

FIG.18 – PRINCIPAIS DIVULGADORES NA INTERNET, EM NÚMERO DE PEÇAS NOTICIOSAS (2018 E 2019)

Suporte (OCS)	2019		2022	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
Head Topics	-	-	67	7,1
CNN Portugal	-	-	61	6,5
Expresso	157	8,5	54	5,8
Correio da Manhã	32	1,7	51	5,4
Público	95	5,2	50	5,3
O Jornal Económico	74	4,0	45	4,8
Observador	104	5,7	37	3,9
RTP	27	1,5	36	3,8
Diário de Notícias	54	2,9	33	3,5
Jornal de Negócios	82	4,5	33	3,5
ECO-Economia Online	75	4,1	31	3,3
Jornal de Notícias	82	4,5	29	3,1
MultiNews	-	-	28	3,0
TSF	80	4,3	25	2,7
Rádio Renascença	32	1,7	24	2,6
http://pt.msn.com	87	4,7	21	2,2
http://zap.aeiou.pt/	70	3,8	21	2,2
Outros órgãos de imprensa com menos de 20 divulgações identificadas em 2022	789	42,9	293	31,3
Total	1840	100	939	100

Estão registados os órgãos com mais de 20 divulgações em 2022.
 Total de divulgações identificadas na internet – N=939 (2022); N= 1840 (2019).

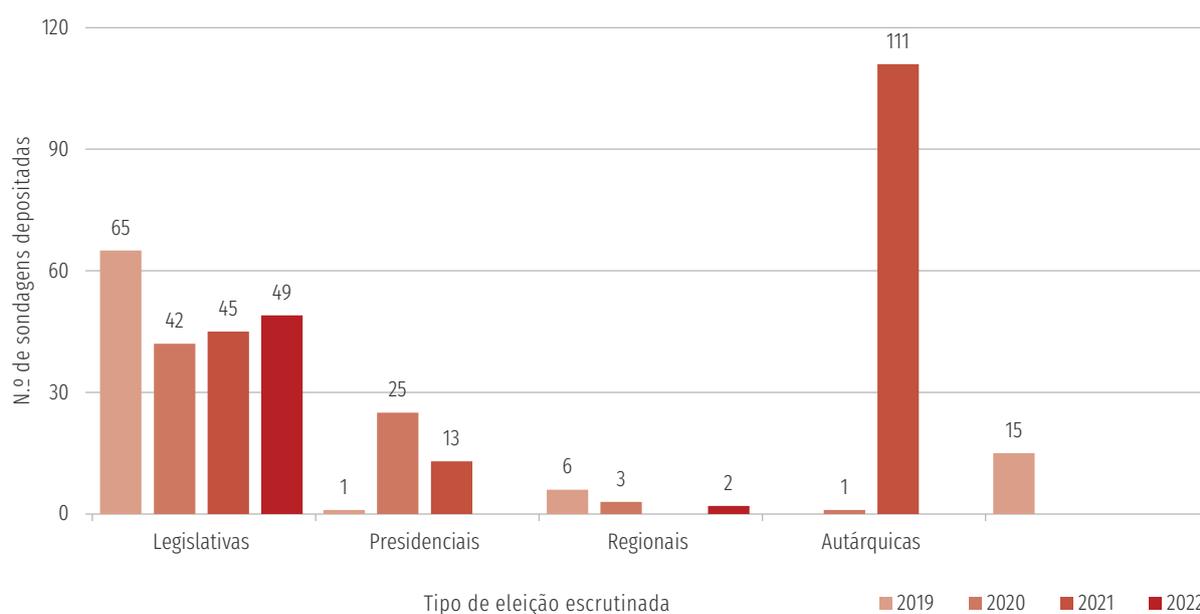


5. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2022

5.1 CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 51 das 72 sondagens depositadas em 2022 (70,8 %), proporção inferior à apurada para o ano anterior (87,4 %) (v. Figura 19). O tipo de voto mais visado nas sondagens realizadas para divulgação pública em 2022 foi o legislativo, presente em 49 depósitos. Destas sondagens, 25 foram realizadas no mês de janeiro até ao final da campanha eleitoral, (sendo que em um dos estudos a amostra é de âmbito regional, ainda que o seu objeto seja o sentido de voto para a Assembleia da República), quatro foram realizadas à boca da urna no dia da eleição e 20 foram produzidas, entre fevereiro e dezembro de 2022, no âmbito dos barómetros políticos regulares ou de estudos temáticos e de atualidade política. Março foi o único mês do ano em que não foi depositada qualquer sondagem com recolha de intenções de voto legislativo. Quanto à natureza das sondagens, foram contabilizadas 45 sondagens pré-eleitorais sobre intenção de voto e quatro sondagens pós-eleitorais, realizadas à boca das urnas, no dia da eleição, sobre o sentido do voto exercido.

FIG.19 – NÚMERO DE SONDAGENS DEPOSITADAS, POR TIPO DE VOTO (2019, 2020, 2021 E 2022)



Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

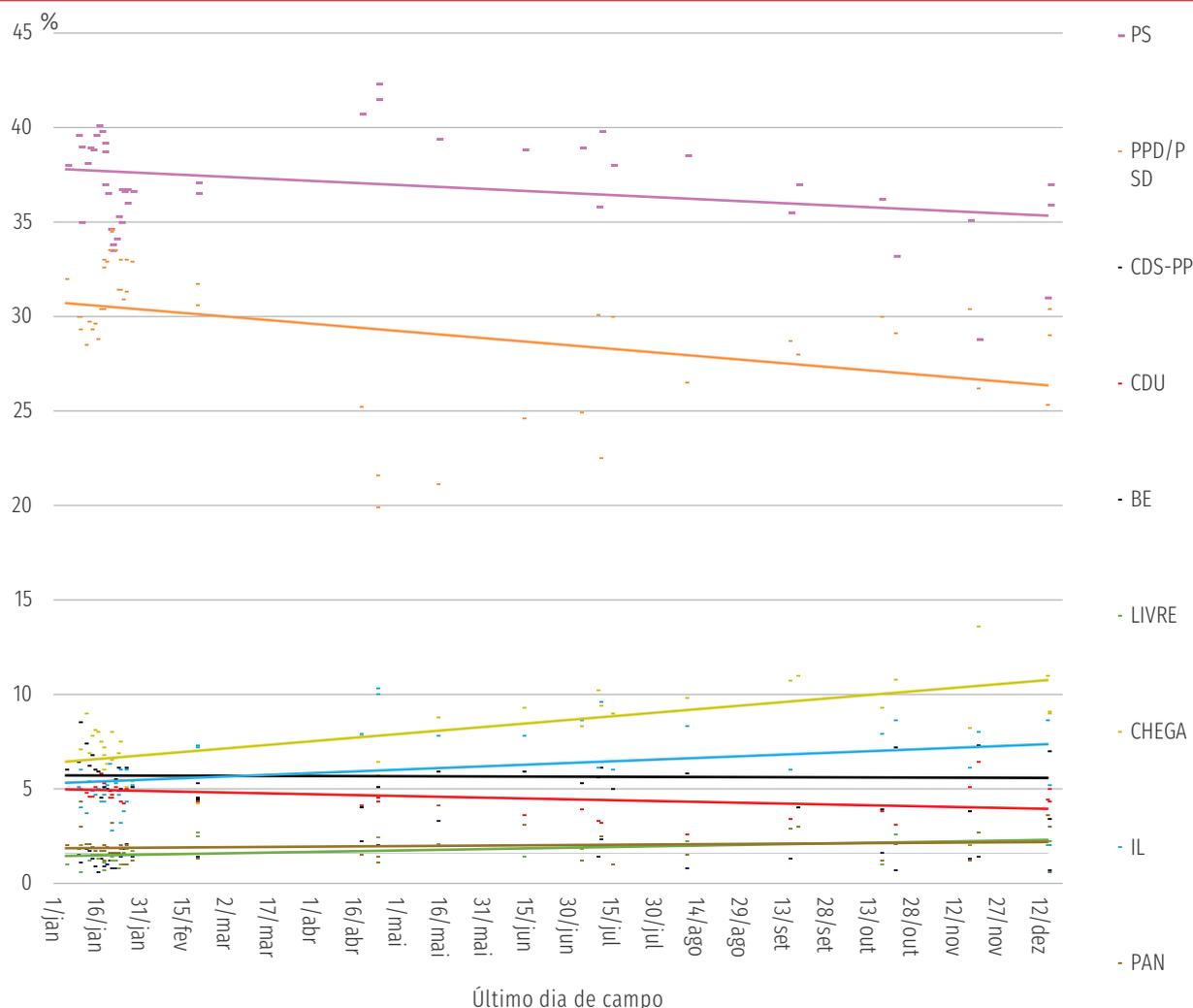
A análise evolutiva dos depósitos de sondagens considerando o tipo de intenção de voto perscrutada permite observar que o acompanhamento do sentido de voto legislativo despertou um movimento ligeiramente superior ao verificado em 2020 e 2021 (42 e 45 depósitos, respetivamente), mas inferior ao número observado para o também ano eleitoral legislativo de 2019 (65 depósitos).

Além do voto legislativo, só mesmo o sentido de voto regional é que também foi visado em depósitos de sondagens realizados em 2022. Trata-se de duas sondagens pré-eleitorais, realizadas pela Aximage, no âmbito das eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira de 2023, sob encomenda de O Jornal Económico e dos títulos regionais da Global Media (Diário de Notícias da Madeira e TSF-Madeira). Face a 2018, período homólogo por também ser um ano anterior a eleições regionais na Região Autónoma da Madeira, verifica-se uma

diminuição no número de sondagens produzidas sobre a intenção de voto regional (de seis, em 2018, para duas, em 2022), bem como no número de empresas a produzir sondagens (se em 2018 se observaram depósitos com sentido de voto regional de duas empresas, Eurosondagem e Intercampus, em 2021 apenas se observaram depósitos com perscrutação de voto regional por parte da Aximage).

Foram seis as empresas (Aximage, GFK-Metris, ICS-ISCTE, Intercampus, Pitagórica e UCP-CESOP) que realizaram depósitos de sondagens pré-eleitorais sobre intenções de voto legislativo. Tal como nos anos anteriores, continuou a verificar-se pluralismo no mercado de sondagens, quer no domínio da oferta (empresas de sondagens), quer no domínio da procura (clientes). No total, foram realizadas 44 sondagens, com amostras nacionais ou continentais, sobre intenção de voto legislativo (v. Figura 20). A Pitagórica é a empresa que mais se destaca, acumulando 22 depósitos de sondagens com perscrutação de voto legislativo (15 estudos de *tracking poll* e sete barómetros políticos). No que concerne aos barómetros políticos realizados pela Pitagórica, nota para as vagas de fevereiro e abril, nas quais a empresa desdobrou as intenções de voto em dois cenários alternativos, de modo a refletir as dinâmicas partidárias, em matéria das novas lideranças, no pós-eleições legislativas. Destaque também para a Intercampus, pela produção de nove sondagens sobre intenção de voto, no âmbito dos seus barómetros políticos mensais. Por fim, destaque ainda para o CESOP-UCP, a Aximage e o ICS-ISCTE, os quais apesar de terem produzido sondagens sobre intenção de voto legislativo com menor regularidade (12 depósitos no conjunto dos três) do que a Pitagórica e Intercampus, não deixam de ser decisivos para a manutenção do pluralismo dos produtores de sondagens, acrescentando também diversidade e possibilidade de confronto, tanto de resultados, como de metodologias. Quanto à evolução da intenção de voto legislativo, as linhas de tendência mostram, a partir de dezembro de 2021, uma aproximação nas intenções de voto no PS e PSD, a qual se tornou significativa (com várias sondagens em empate técnico) já no período da campanha eleitoral. Após a eleição, as linhas de tendência voltam a mostrar uma diferença expressiva entre estes dois partidos, em níveis de valores algo similares ao verificado ao longo de 2021. Importa referir, por ter sido publicamente discutida a qualidade das sondagens, que não foram identificados problemas técnicos ou enviesamentos metodológicos nas sondagens realizadas nos dois meses anteriores à eleição. Deve mesmo destacar-se, que, apesar de as várias empresas de sondagens seguirem processos de amostragem específicos e diferenciados, os dados apurados apontaram, na generalidade, para resultados similares, o que também faz rejeitar a hipótese de existência de problemas de amostragem. Tal como em relatórios anteriores, deve-se sublinhar que a validação das sondagens pré-eleitorais sobre intenções de voto não pode ser realizada através do confronto direto dos seus resultados com os apuramentos das eleições, já que estes dizem respeito a duas realidades distintas: no caso das sondagens pré-eleitorais, à projeção (filtrados os abstencionistas e redistribuídos os indecisos) da intenção de voto declarada num dado momento do tempo relativamente a uma eleição que ainda não ocorreu; e, no caso dos apuramentos eleitorais, à contabilização dos votos expressos pelos eleitores que participaram no escrutínio. Como resulta evidente, e por maior que seja o rigor empregue para minorar os potenciais erros previstos pela própria teoria estatística, não se pode olhar para as mesmas como se se tratassem de previsões (até porque a distribuição de indecisos varia consoante o modelo utilizado), mas sim de meras estimativas, construídas a partir de uma observação num dado momento no tempo e assumindo determinados pressupostos que podem não se verificar no dia das eleições. A velocidade e o pragmatismo empregues na comunicação podem continuar a constituir-se como obstáculos à compreensão do sentido e limites das sondagens pré-eleitorais, devendo ser claro que as mesmas não são previsões e de que a sua avaliação se faz a partir das metodologias utilizadas e não do simples confronto direto com os resultados eleitorais.

FIG.20 – TENDÊNCIA DA EVOLUÇÃO DAS INTENÇÕES DE VOTO LEGISLATIVO EM 2022



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas para a Assembleia da República: N=44 (2022). Cenários de intenções de voto legislativo registadas com universo nacional ou continental N=46 (2022). Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

No caso das sondagens pós-eleitorais, realizadas 'à boca da urna', a situação é distinta, pois as entrevistas são realizadas, à saída dos locais de voto, apenas a indivíduos que já exerceram o seu direito de voto. Ao contrário das sondagens pré-eleitorais, as sondagens pós-eleitorais não visam captar uma intenção de voto, mas sim uma ação já realizada pelo eleitor (o voto exercido). Dado o objeto das sondagens pós-eleitorais, é pertinente que se utilizem os resultados eleitorais como referência para avaliar a sua qualidade e acerto, ainda que a avaliação dos métodos não deixe de ser importante. No âmbito da precisão das sondagens, o balanço dos estudos pós-eleitorais para as eleições legislativas de 2022 é positivo, estando os intervalos de confiança das sondagens realizadas 'à boca da urna' geralmente em linha com os resultados eleitorais apurados para as diversas candidaturas (v. Figura 21). O desvio médio global, entre as projeções das quatro sondagens realizadas à boca das urnas e os resultados eleitorais, para as nove candidaturas mais votadas, foi inferior a um ponto percentual (0,86).

FIG.21 – SONDAAGEM PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA AS ELEIÇÕES LEGISLATIVAS DE 2022

		%								
		PS	PSD	CHEGA	IL	BE	CDU	CDS-PP	PAN	Livre
Resultados eleitorais		41,68	27,81	7,15	4,98	4,46	4,39	1,61	1,53	1,28
Projeções sondagens à boca da urna	Intercampus	[36,6;42,6]	[26,7;32,7]	[3,8;7,8]	[3,5;7,5]	[2,4;6,4]	[2,5;6,5]	[0,1;3,6]	[0,2;3,7]	[0,2;2,6]
	Metris	[37,4;41,4]	[26,9;30,9]	[5,0;8,0]	[4,7;7,7]	[3,0;6,0]	[3,0;6,0]	[0,6;2,6]	[0,5;3,1]	[0,4;2,4]
	Pitagórica	[37,5;42,5]	[26,7;31,7]	[4,5;8,5]	[4,5;8,5]	[3,0;7,0]	[2,5;6,5]	[0,9;2,9]	[0,8;2,8]	[0,7;3,7]
	UCP/CESOP	[37,0;42,0]	[30,0;35,0]	[5,0;8,0]	[4,0;7,0]	[3,0;6,0]	[3,0;5,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]	[1,0;3,0]

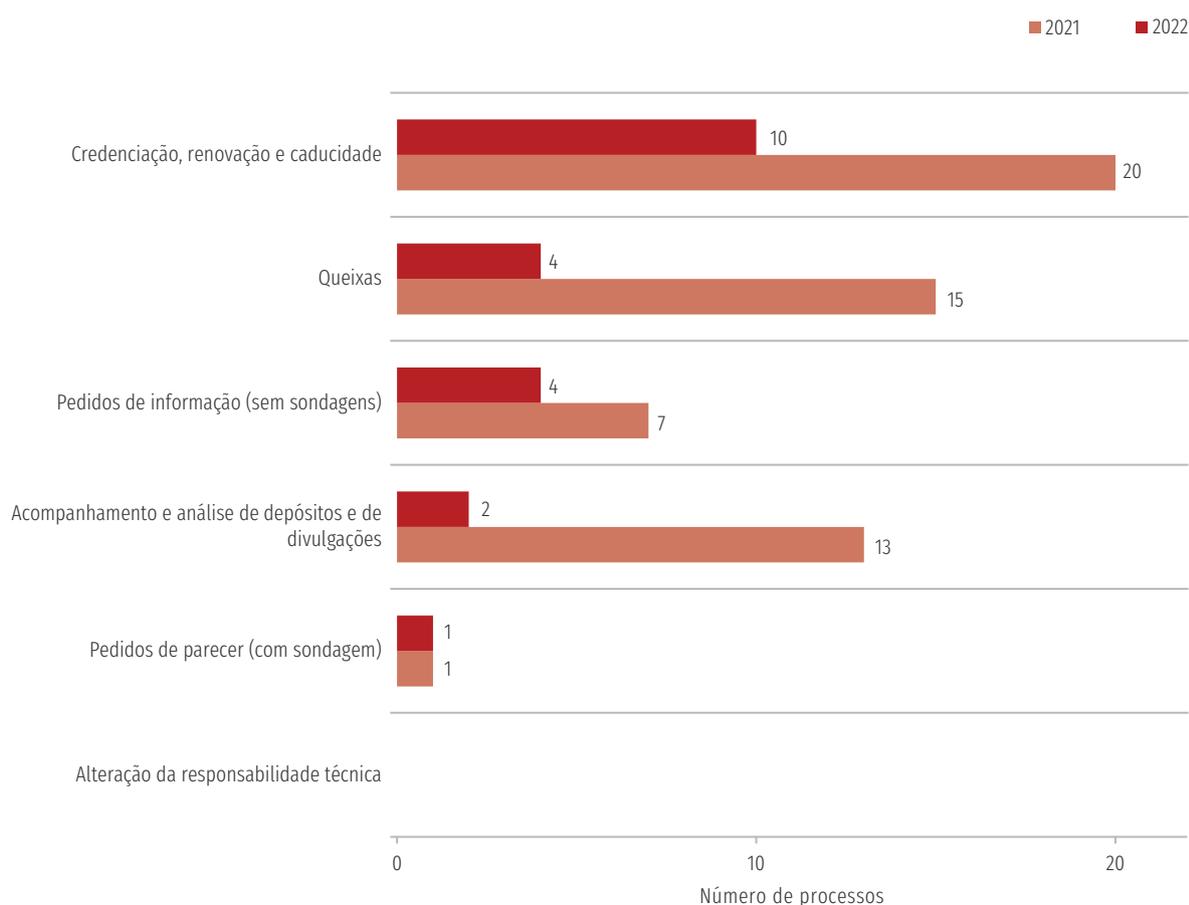
Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-geral da Administração Interna. Acedido a 30 de maio de 2022 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/legislativas2022/resultados/territorio-nacional>.

6. PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES⁵

6.1 NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

Em 2022 foram desencadeados 21 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa pouco mais do que um terço dos procedimentos desencadeados em 2021 (N=60). Este decréscimo processual é reflexo da desaceleração regular da produção de sondagens verificada imediatamente após anos eleitorais autárquicos, nos quais ciclicamente se registam picos de atividade, tanto em matéria de depósitos, como de divulgações e processos. Atentando no conjunto de procedimentos desencadeados em 2022, em matéria de estudos de opinião, verifica-se que a maioria foi resultante da ‘Credenciação, renovação e caducidade’ das licenças para a realização de sondagens (10), de ‘Queixas’ (4) e de ‘Pedidos de informação’ relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (4). Os restantes processos decorreram do ‘Acompanhamento e fiscalização de depósitos e divulgações de estudos de opinião’ (2) e de ‘Pedidos de parecer sobre sondagens’ (1) (v. Figura 22).

FIG. 22- NÚMERO DE PROCESSOS DESENCADEADOS (2021 E 2022)



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=60 (2021); N=21 (2022).

⁵ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas ou finalizadas na ERC em 2022 no âmbito da aplicação da Lei n.º 10/2000 (acompanhamento dos depósitos e das divulgações de sondagens, credenciações, queixas, pedidos de esclarecimento, orientações e contraordenações, entre outros). Face aos Relatórios de Regulação anteriores a 2012, é de salientar a inclusão dos procedimentos e decisões de natureza contraordenacional no universo considerado, informação anteriormente ausente por não estar devidamente tratada e sistematizada. Dada esta alteração metodológica, os dados apresentados nos Relatórios de Regulação posteriores a 2012, relativamente aos processos, deliberações e atos deliberatórios registados entre 2006 e 2011, podem não coincidir com os dados reportados nos relatórios anteriores.

Foram encerrados, em 2022, um total de 37 procedimentos, dos quais 18 foram desencadeados no próprio ano e 19 iniciados em anos anteriores, entre 2017 e 2021 (v. Figura 23). Os procedimentos resultantes de 'Queixas' (11) e de pedidos de 'Credenciação, renovação e verificação de caducidade' das licenças para a realização de sondagens (10) foram o tipo predominante de processos encerrados. A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se na casa dos 86 %.

À semelhança de anos anteriores, a ERC procurou atuar dentro de uma lógica preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. De resto, e tal como no passado, os serviços do Departamento de Análise de Media da ERC mantiveram ativos os canais de comunicação para esclarecimentos e apoio aos produtores e difusores de sondagens.

FIG.23 – PROCESSOS ENCERRADOS EM 2022 POR TIPO E ANO DE ABERTURA

ANO	2017	2019	2020	2021	2022	Total
Pedidos de informação (sem sondagens)		1		2	3	6
Pedidos de parecer (com sondagem)		2		3	1	6
Queixas	1	1	2	5	2	11
Acompanhamento e análise de depósitos e de divulgações		1		1	2	4
Credenciação, renovação e caducidade					10	10
Total	1	5	2	11	18	37

Glossário

Âmbito geográfico das amostras	Nacional - sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas; Continente - sondagens realizadas em Portugal continental; Regional - sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores); Local - sondagens de âmbito concelhio; Lisboa e Porto - sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto; Lista - sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa que consubstancia a divulgação de determinada sondagem previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel; Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular; CATI - Entrevistas telefónicas assistidas por computador; CAWI - Entrevistas web assistidas por computador; CAPI - Entrevistas pessoais assistidas por computador; Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada; Pessoal - sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal; Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral; Postal - estudos com entrega e receção dos questionários por via postal; E-mail - estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico; Internet - estudos realizados online através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de seleção das amostras	Aleatório - método de seleção em que cada membro do universo (ou sub-universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe; Quotas - método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública.
Tipo de suporte	Imprensa - órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local; Rádio - órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais; Televisão - serviços de programas, generalistas ou temáticos; Internet - portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet.

ANEXOS

FIG. A1 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS PELAS CINCO EMPRESAS COM MAIS DEPÓSITOS (2006 A 2022)

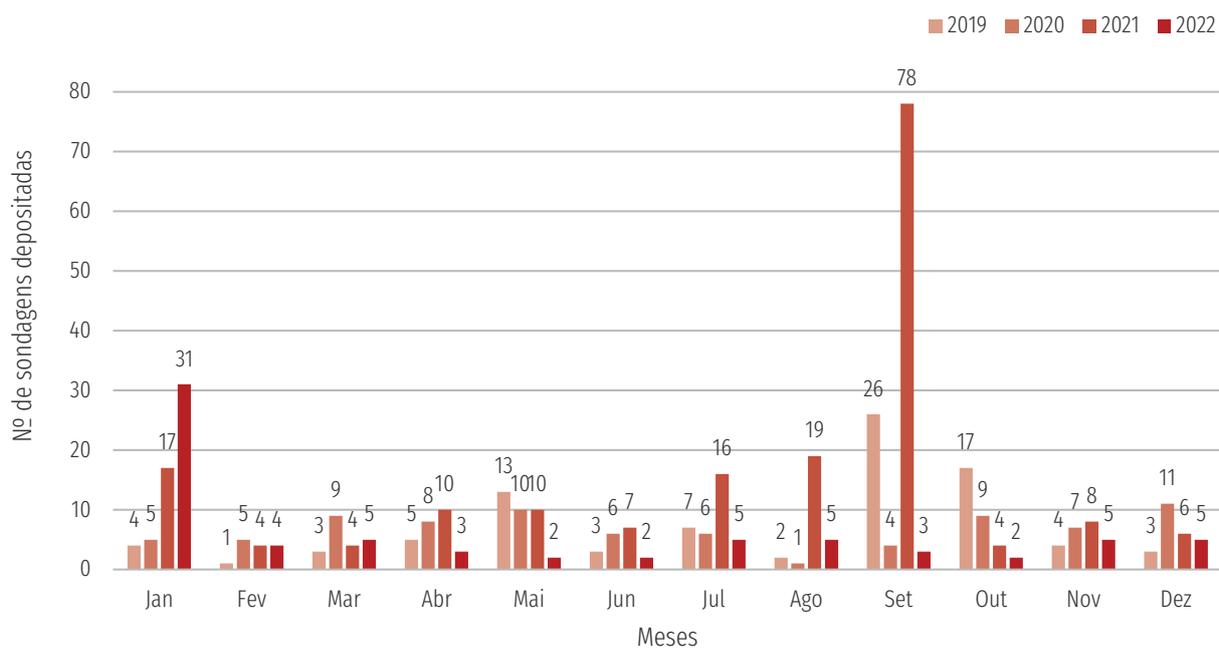
Ranking de depósitos por ano e empresa	1.º	2.º	3.º	4.º	5.º	Acumulado das 5 empresas com mais depósitos	% em relação ao total de depósitos	Depósitos das restantes empresas	N.º de empresas com sondagens depositadas
	Pitagórica 26	Aximage 16	Intercampus 14	UCP 7	I3S-ISCTE 4	67	93,1%	5	8
2021	Eurosondagem 38	Intercampus 33	Aximage Multidados 23 (ex aequo)	--	UCP/CESOP 17	134	73,20%	49	13
2020	Eurosondagem 26	Intercampus 12	Aximage 11	Markttest 9	Pitagórica 7	65	80,20%	16	9
2019	Eurosondagem Pitagórica 22 (ex aequo)	--	Aximage 16	Intercampus UCP 7 (ex aequo)	--	74	84,10%	14	10
2018	Eurosondagem 14	Aximage 12	Intercampus 1	--	--	27	100,00%	0	3
2017	Eurosondagem 49	Aximage 18	UCP 16	IPOM 15	Comsulmark2 10	108	89,30%	13	9
2016	Eurosondagem 19	Aximage 12	IPOM 6	UCP 4	Intercampus 2	43	91,50%	4	9
2015	Eurosondagem 22	UCP 18	Intercampus 16	Aximage 15	GTripto 3	74	90,20%	8	11
2014	Eurosondagem 26	Aximage 17	Pitagórica 6	UCP 5	Intercampus 1 ⁶	55	94,80%	3	8
2013	Eurosondagem 82	IPOM 22	Aximage 15	Pitagórica 15	UCP 11	145	81,00%	34	14
2012	Eurosondagem 24	Aximage 14	Markttest 8	UCP 4	Pitagórica 4	54	84,40%	10	12
2011	Eurosondagem 35	Intercampus 17	Aximage 14	Markttest 10	UCP 10	86	95,60%	4	9
2010	Eurosondagem 18	Aximage 14	Markttest 11	Intercampus 7	UCP 3	53	89,80%	6	9
2009	Intercampus 49	Eurosondagem 48	Aximage 23	IPOM 20	Markttest 19	159	81,10%	37	13
2008	Intercampus 24	Eurosondagem 22	Aximage 21	Markttest 12	UCP 5 ⁷	84	79,20%	18	12
2007	Eurosondagem 35	Aximage 27	Markttest 14	Intercampus 11	UCP 11	98	79,00%	26	16
2006	Markttest 25	Aximage 23	Eurosondagem 22	Intercampus 6	UCP 6	82	82,80%	17	14

Depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011); N=64 (2012); N=179 (2013); N=58 (2014); N=82 (2015); N=47 (2016); N=121(2017); N=27 (2018); N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=71 (2022).

⁶ Domp, Ipsos e Metris também fizeram um depósito em 2014, tendo sido o destaque dado à Intercampus no top das cinco empresas com maior número de sondagens publicadas, determinado pelo volume do seu histórico.

⁷ Domp e GTripto também fizeram cinco depósitos em 2008. O destaque dado à UCP no top das cinco foi determinada pelo volume do seu histórico.

FIG. A2 – DEPÓSITOS DE SONDAGENS POR MÊS (2019-2022)



Total de depósitos N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022).

FIG. A3 – CLIENTES REGISTRADOS NAS SONDAGENS DEPOSITADAS (2022)

Clientes identificados nos depósitos de sondagens							
OCS Nacionais (46,0 %)	n	OCS Regionais (43,3 %)	n	Institucionais (7,4%)	n	Forças Políticas (2,9%)	n
CNN Portugal	29	Junta Freguesia de Albergaria-a-Velha e Valmaior	1	DN Madeira	1	PS	1
TVI	29			JM-Madeira	1	--	--
CMTV	12	Junta Freguesia de São João de Loure e Frossos	1	TSF Madeira	1	--	--
Correio da Manhã	12			--	--	--	--
Jornal de Negócios	12	Pitagórica	1	--	--	--	--
Jornal Diário de Notícias	11	Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves	1	--	--	--	--
Jornal de Notícias	11			--	--	--	--
TSF	11	--	--	--	--	--	--
RTP	7	--	--	--	--	--	--
Antena 1	6	--	--	--	--	--	--
Público	6	--	--	--	--	--	--
SIC	5	--	--	--	--	--	--
Expresso	4	--	--	--	--	--	--
Observador	1	--	--	--	--	--	--
O Jornal Económico	1	--	--	--	--	--	--

Total de clientes distintos N=23 (2022); Total de depósitos N=72 (2022);

Total de clientes referenciados em depósitos N=165 (2022);

Subtotais dos clientes referenciados em depósito por tipo de cliente: OCS Nacionais=157; Institucionais=4; OCS Regionais=3; Forças Políticas=1.

FIG. A4- GRUPOS TEMÁTICOS, TEMAS E REFERÊNCIAS TEMÁTICAS DAS SONDAgens (2022)

Grupos Temáticos	Temas	Referências temáticas	N
Grupo 1 - Atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes	Governo	Políticas para a Saúde	16
	Governo	Expectativas em relação à ação governativa	14
	Governo	Políticas Económicas	14
	Governo	Políticas Fiscais/Financeiras	13
	Governo	Organização e funcionamento do Governo	11
	Governo	Ação governativa	10
	Governo	Políticas de Defesa e Segurança	10
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e dos atores políticos	Governo	Imagem do Primeiro-Ministro	32
	Governo	Imagem do Governo	21
	Partidos Políticos	Imagem dos líderes partidários	17
	Governo	Imagem dos Ministros	16
	Presidente da República	Imagem do Presidente da República	15
Grupo 4 - Atividades e organização dos partidos políticos	Atividades dos partidos políticos	Campanhas dos partidos em atos eleitorais	17
Grupo 5 - Intenção e sentido de voto	Órgãos Constitucionais	Voto legislativo	50
	Comportamento eleitoral	Intenção de ir votar	18
	Comportamento eleitoral	Voto anterior	10
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios	Expectativas eleitorais	Expectativas eleitorais	26
	Perfil de titulares de Órgãos Constitucionais, partidos políticos e forças políticas	Perfil para Primeiro-Ministro	25
	Avaliação de debates políticos	Avaliação de debates políticos	19
	Dinâmica de vitória	Dinâmica de vitória	17
Grupo 8 - Outros temas relacionados com órgãos constitucionais	Economia, finanças e negócios	Expectativas económicas para o país	12
	Economia, finanças e negócios	Situação económica pessoal e familiar	10

FIG. A5 – RANKING DAS 10 SONDAGENS MAIS DIVULGADAS EM 2022

Nome	Entidade Responsável	N.º de divulgações	N.º de divulgadores	N.º de dias em divulgação	Objeto principal	Data do depósito	N.º depósito
Sondagem política - janeiro de 2022 - sondagem 1	UCP/CESOP	158	33	11	Atualidade política	07/01/2022	2022001
Sondagem política - janeiro de 2022 - sondagem 3	UCP/CESOP	128	30	12	Atualidade política	20/01/2022	2022015
Barómetro político janeiro 2022 II	AXIMAGE	111	34	8	Intenção de voto legislativo. Debate entre António Costa e Rui Rio.	24/01/2022	2022019
Sondagem política - janeiro de 2022 - sondagem 4	UCP/CESOP	111	26	6	Atualidade política	27/01/2022	2022026
Sondagem política janeiro 2022	ICS/ISCTE	100	22	4	Intenção de voto legislativo	27/01/2022	2022025
Eleições Legislativas 2022 - Boca de Urna	UCP/CESOP	88	42	7	Intenção de voto - Boca da urna	03/02/2022	2022031
Sondagem política - janeiro de 2022 - sondagem 2	UCP/CESOP	86	24	7	Atualidade política	13/01/2022	2022005
Sondagem Política julho 2022	UCP/CESOP	86	14	4	Atualidade política e social	18/07/2022	2022051
Barómetro político janeiro 2022	AXIMAGE	70	18	8	Intenção de voto legislativo. Potencial e rejeição de voto dos candidatos a PM	14/01/2022	2022008
Eleições Legislativas 2022 - 30 Janeiro 2022 - Boca de Urna	Pitagórica	70	45	8	Intenção de voto - Boca da urna	30/01/2022	2022028

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE *MEDIA* EM PORTUGAL EM 2022



1. VISÃO GLOBAL

O ano de 2022 foi de manutenção de tendências, com algumas alterações em termos de posições dominantes no mercado publicitário *online*. O processo de transição digital prosseguiu o seu curso e novas modalidades de publicidade ameaçam a hegemonia da Google e da Meta. As medidas regulatórias, em particular na Europa, o aumento da concorrência de antigos e novos *players*, o desenvolvimento tecnológico e as preferências dos consumidores marcaram a sua influência.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media* e manteve uma importância muito semelhante à registada em anos anteriores. Mas o mercado da publicidade está a mudar, mesmo no *online*, com a introdução de subscrições pagas por várias redes sociais e novas modalidades de publicidade digital.

Novos concorrentes das empresas de *media* poderão aparecer no futuro. Os videojogos apresentam-se como uma crescente alternativa aos *media*, especialmente como forma de entretenimento. A nível do *streaming*, o número de portugueses que subscrevem ou utilizam serviços para aceder a conteúdos televisivos continuou a aumentar. Também

na rádio a internet tem um papel relevante e até mesmo mais antigo do que na televisão. Existem quase 3,5 milhões de portugueses a ouvir rádio através da internet, o valor mais elevado desde que o indicador é observado.

Por outro lado, e de acordo com o estudo de comparações internacionais de preços publicado pela *Rewheel, Digital Fuel Monitor*, o preço mediano por *gigabyte* das ofertas de internet no telemóvel em Portugal era o segundo mais elevado a nível da União Europeia e o quarto mais elevado entre 50 países.

Os novos serviços de *streaming* são cada vez mais uma ameaça ao *status quo*, tanto dos operadores de televisão como dos fornecedores de serviço de televisão por subscrição (STVS), mas estes últimos continuam a dominar no canal de distribuição – a internet.

Os órgãos de comunicação social tentam desenvolver outras linhas de negócio, menos relacionadas com o *core business*, como serviços multimédia, eventos e *marketing*. No caso dos grandes grupos económicos, com um contributo marginal para as receitas de exploração, mas em empresas de menor dimensão podem representar importantes alternativas à publicidade. Os dados da Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que mais de um terço dos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 32 %, em 2022) não tem como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Em 2022, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1027 milhões 532 mil euros e os rendimentos totais da atividade a 1003 milhões 993 mil euros. 53 % das empresas apresentaram crescimento dos rendimentos, cerca de 61 % resultados líquidos positivos e 68 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente inferiores a 2021. 81% das empresas reportaram capitais próprios positivos, uma percentagem estável face ao ano anterior.

Nos vários segmentos de *media*, mesmo os mais pulverizados, é notória a dominância de um ou dois intervenientes, seja nos fornecedores de STVS, operadores de televisão, rádio ou publicações periódicas.

Verifica-se que as empresas com rendimentos superiores a dez milhões de euros representaram apenas 4 % da totalidade de entidades, mas 88 % dos ativos e dos capitais próprios do setor, bem como 91 % dos rendimentos.

Mais de metade das empresas de cada segmento de negócio apresentou crescimento de rendimentos. Com exceção dos fornecedores de STVS, as margens operacionais foram baixas, em geral inferiores a 20 %. Nos negócios com margens mais altas surge frequentemente exposição a operações digitais.

Geograficamente, também existe concentração da atividade de comunicação social - em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Região Autónoma da Madeira (RAM), Braga e Leiria - e em vários distritos menos de metade das empresas apresentou crescimento. Quando se observa o crescimento dos rendimentos por segmento de negócio, apenas um segmento, o de operadores de rádio tradicional, reportou menos de metade das empresas com crescimento.

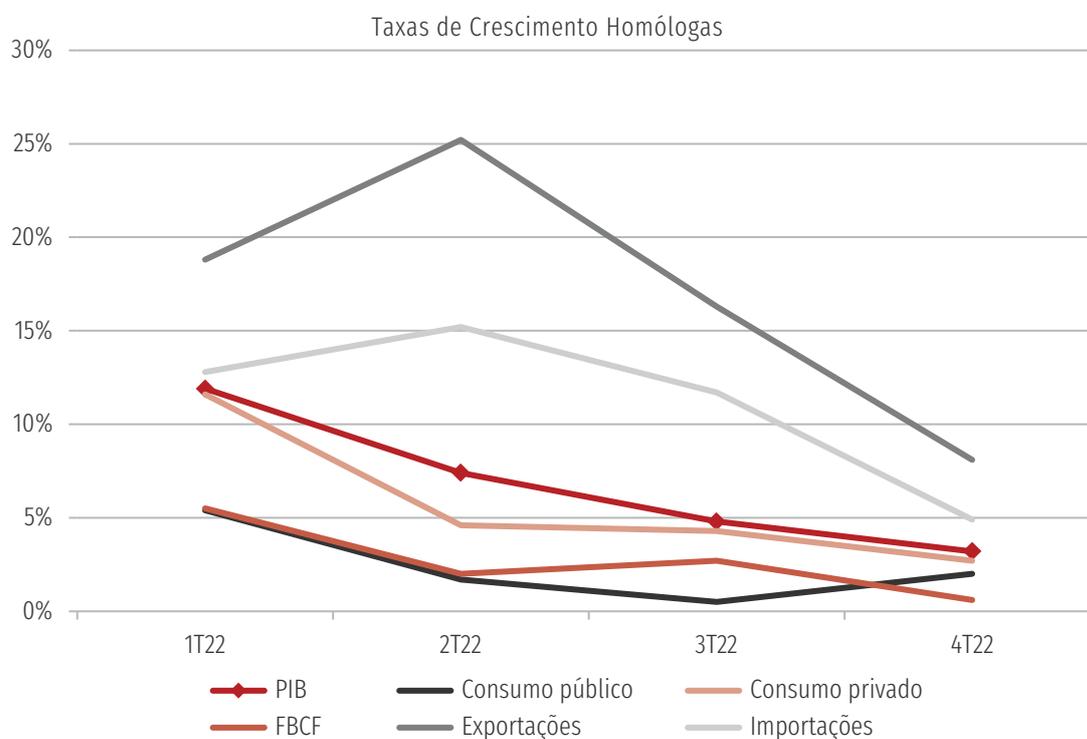
A sustentabilidade da comunicação social não depende apenas do segmento de produto desenvolvido, mas de outros fatores, como as características geográficas da região de cobertura. A propriedade do canal de distribuição e dos conteúdos adequados ao consumidor continuarão a ser fatores críticos neste setor, a par da dimensão do mercado.

2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

Os dados relativos a 2022 ainda revelam a presença da pandemia nas comparações homólogas do primeiro e segundo trimestres bem como a invasão da Ucrânia pela Rússia.

De acordo com os dados do Banco de Portugal (BP Stat)¹, a trajetória da taxa de crescimento do PIB ao longo do ano foi de desaceleração, com a do último trimestre a situar-se nos 3,2 %. A desaceleração foi evidente em todas as componentes da despesa, com exceção do consumo público, que acelerou no último trimestre (Figura 1).

FIG. 1 – DESACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO AO LONGO DO ANO



Fonte: BP Stat 21/3/2023. Elaboração ERC.

A taxa de desemprego aumentou de 5,9 %, em dezembro de 2021, para 6,8%, em dezembro de 2022, uma tendência contrária à registada nos últimos anos.

A inflação acelerou fortemente, com o índice harmonizado a atingir 8,1 % em variação homóloga média anual, face a 0,9 % em 2021, resultado do crescimento generalizado de todos os preços dos bens que compõem o índice, em especial dos energéticos.

¹ BP Stat extraídos em 21/3/2023.

De acordo com as informações recolhidas pela Magna Global², em 2022, o mercado publicitário expandiu-se globalmente em 7 %, atingindo 795 mil milhões de dólares, mas a um ritmo inferior ao registado em 2021 e muito suportado por despesas cíclicas como as eleições no Brasil e EUA, os jogos olímpicos de inverno e o campeonato do mundo de futebol.

As receitas de publicidade das empresas de *media* tradicionais (TV, rádio, imprensa, etc.) cresceram 2,5 % e as digitais 9 %, a menor diferença detetada pela Magna Global desde que realiza este estudo. Em 2021, a diferença entre as taxas de crescimento foi substancialmente superior - a publicidade tradicional cresceu globalmente cerca de 9 % e, no digital, o crescimento situou-se nos 32 %. Este resultado sugere que as empresas de *media* tradicionais se mantêm relevantes no mercado publicitário, por combinarem a segurança da marca com a presença multiplataforma.

A publicidade em televisão, em termos globais, continuou a sofrer com a diminuição do consumo linear e ao vivo, ainda não compensadas pelas maiores audiências e vendas em plataformas e formatos não tradicionais. As receitas anuais cresceram 1,7 %, em 2022, para 172 biliões de dólares.

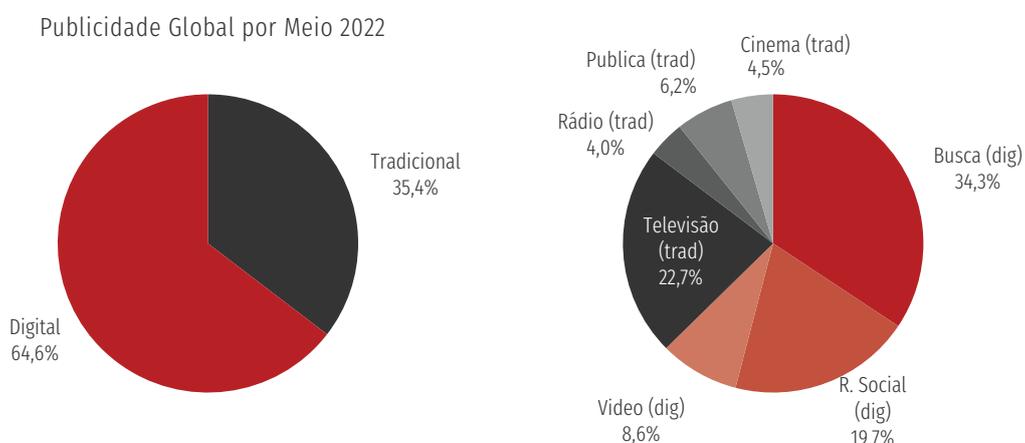
Na rádio, as vendas de publicidade cresceram globalmente 4 %, para 29,9 biliões de dólares, nos vários formatos, a refletir o crescimento das receitas de áudio digital em *players* puramente digitais e em rádios tradicionais que desenvolvem a sua oferta digital *on-demand* e em *streaming* e atraem cada vez mais marcas através da melhoria das oportunidades de *targeting*.

As receitas de publicidade de publicações periódicas desceram 3 % para 47 biliões de dólares, um fenómeno que atingiu tanto jornais como revistas. O crescimento digital parece ainda não estar a compensar a perda de receitas de publicidade e de venda de publicações físicas.

Formatos publicitários baseados em busca de palavras-chave (incluindo procura de produtos em páginas de comércio eletrónico) foram os mais comuns entre marcas de consumo e pequenas empresas, atingindo globalmente 260 mil milhões de dólares em 2022. Enquanto o crescimento de outros formatos de publicidade digital está restrito, por questões de utilização de dados, a publicidade por busca de palavras-chave é potenciada pelo crescimento do comércio eletrónico e aumentou 13 % em 2022, a taxa mais elevada nos vários segmentos. O crescimento foi mais explicado pelo aumento do volume do que do preço. O aumento de buscas foi 3 % e incrementaram em 9 % os resultados de buscas que originaram o *click* em itens patrocinados.

Nas redes sociais as receitas de publicidade cresceram apenas 4 %, para 149 mil milhões de dólares, muito aquém do ritmo duplo dígito dos últimos anos. O TikTok foi a única plataforma a apresentar crescimento; já a publicidade em vídeo digital cresceu 11 % para 65 mil milhões de dólares.

FIG. 2: GLOBALMENTE A PUBLICIDADE DIGITAL ULTRAPASSA A TRADICIONAL

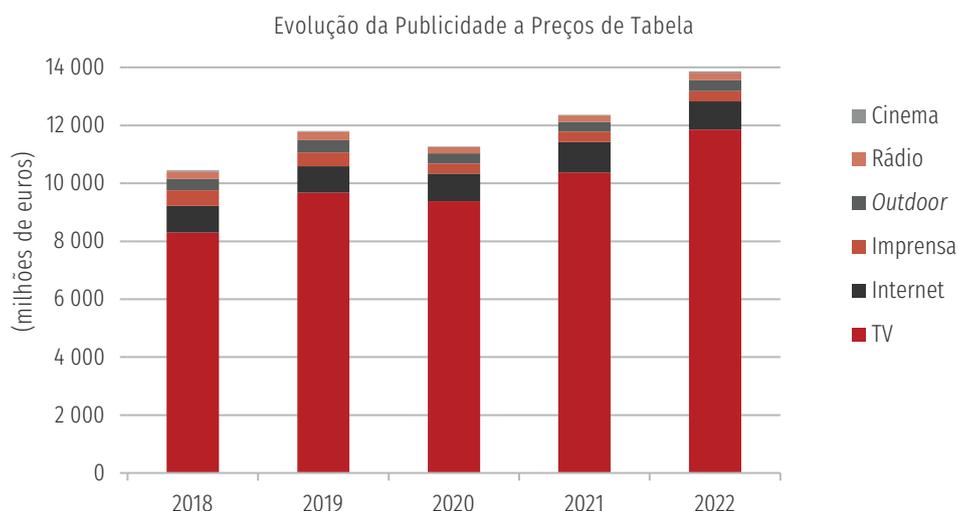


Fonte: *Traditional Media Resilient Through Economic Uncertainty – Social Media Stalls Under Headwinds* – dezembro 4, 2022. Elaboração ERC.

² *Traditional Media Resilient Through Economic Uncertainty – Social Media Stalls Under Headwinds* – dezembro 4, 2022 / *Press Releases e Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-Covid Levels* - dezembro 6, 2021.

Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com os números da MediaMonitor3, em Portugal, todos os segmentos de publicidade apresentaram expansão, com exceção da internet. Por ser o meio com maior quota no mercado publicitário português, a expansão continuou a centrar-se na televisão, que apresentou um crescimento de 14,2 %. No entanto, a publicidade em cinema duplicou e na rádio cresceu 20,5 % face a 2021. A imprensa, pelo segundo ano consecutivo, apresentou uma expansão do investimento publicitário de 0,5 %. Ressalva-se que este dado não é consensual, pois outras fontes, como as referidas no Relatório e Contas da *Media Capital* de 2022, apontam para uma contração.

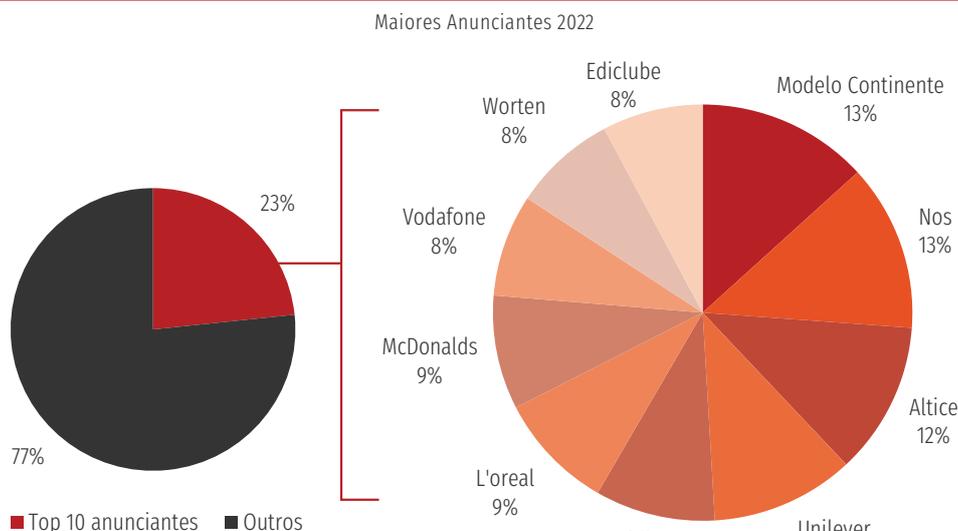
FIG. 3 - MERCADO PUBLICITÁRIO MANTÉM RECUPERAÇÃO PÓS-PANDEMIA



Fonte: Markttest, "Anuário Meios e Publicidade 2019", "Anuário Meios e Publicidade 2020", "Media and Advertising Global Report" 2021 e 2022 (Yumi). Elaboração ERC.

A Modelo Continente assumiu-se como o maior anunciante do mercado português, movimentando um investimento publicitário na ordem dos 427 milhões de euros (valor a preços de tabela). Seguiram-se a NOS, com 418 milhões de euros, e a Altice, com cerca de 383 milhões de euros (Figura 4). Analisando a evolução da concentração de anunciantes nos últimos anos, verifica-se que esta tem vindo a subir ligeiramente (em 2018, os dez maiores anunciantes concentravam 21 % do investimento).

FIG. 4 - ALGUMA CONCENTRAÇÃO DE ANUNCIANTES



Fonte: Markttest, "Media and Advertising Global Report 2022 (Yumi)". Elaboração ERC. Preços de Tabela.

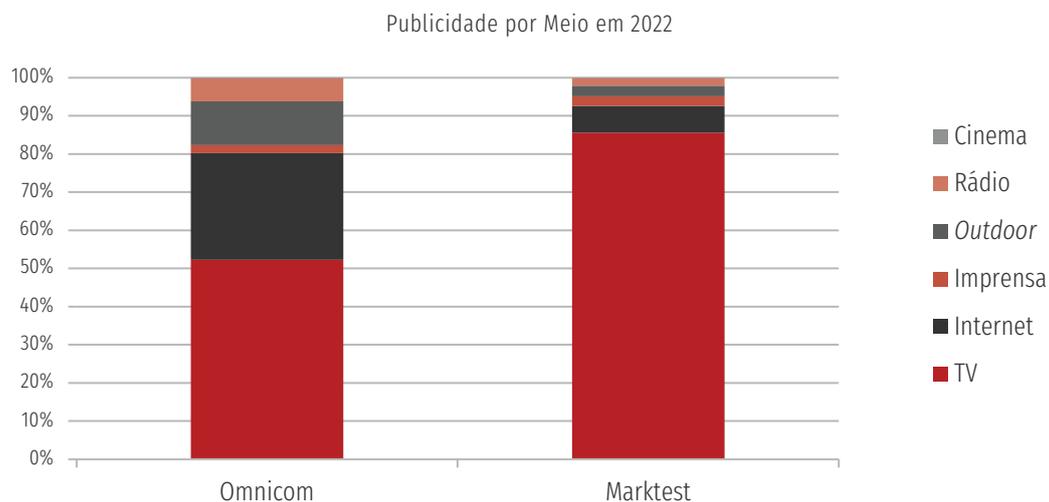
Entre as agências de meios, foi a Carat, com cerca de 1,64 mil milhões de euros, que representou maior volume de investimento publicitário, no acumulado de janeiro a dezembro de 2022. A segunda posição ficou nas mãos da Arena, que totalizou cerca de 1,49 mil milhões de euros, seguida pela OMD, que fechou o ano com 1,25 mil milhões de euros. O top cinco ficou completo com a Initiative (1,15 mil milhões de euros) e a Wavemaker (mil milhões de euros).

A Fuel liderou o *ranking* das agências criativas, com um investimento próximo dos 857 milhões de euros, a preços de tabela. Nos lugares seguintes surgiram a Partners (643 milhões), a Havas (615 milhões), a VMLY&R (593 milhões) e a O Escritório (567 milhões).

O mercado das agências de meios é bastante concentrado e a concentração cresceu face a 2021. Em 2022, as dez maiores agências de meios concentraram 72 % do investimento publicitário, enquanto os dez maiores anunciantes concentraram 23 %, e as dez maiores agências criativas 45 %, a preços de tabela.

A empresa Omnicom *Media Group* publica dados a preços reais (ou tenta aproximar-se) e, nesta ótica, o mercado publicitário português valeu 617 milhões de euros, apenas 4,5 % do valor calculado em termos de preços de tabela pela Marktest. Apesar de a televisão representar a maior fatia de mercado, o crescimento da publicidade neste meio situou-se nos 0,8 % em 2022. Por outro lado, a publicidade digital expandiu-se 7 %.

FIG. 5 – RETRATO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS DISSONANTE



Fonte: Marktest, "Media and Advertising Global Report 2022 (Yumi)" e Fonte: Omnicom *Media Group* (Out_2022). Elaboração ERC.

Num outro ângulo, e de acordo com o Relatório e Contas de 2022 do Grupo *Media Capital S.G.P.S., S.A.*, o mercado publicitário de agências, antes de *rappel*, registou - em termos acumulados e face a 2021 - um aumento nominal de 8 %; valor que revela uma desaceleração face aos 14 % de aumento registados em 2021, ano de recuperação após a redução de 16 % verificada em 2020, fruto da pandemia. O aumento verificado ocorreu, essencialmente, na publicidade nos canais disponíveis em plataformas de subscrição, no qual se registou um incremento de 11 % face ao ano anterior e que tinha conhecido um crescimento de 18 %. Já o segmento de televisão *free-to-air* (televisão em sinal aberto) apresentou um crescimento de apenas 1 % (tinha sido de 11 % em 2021). A rádio fez o movimento inverso: beneficiou de um crescimento de cerca de 9 %, ultrapassando os 6 % verificados em 2021.

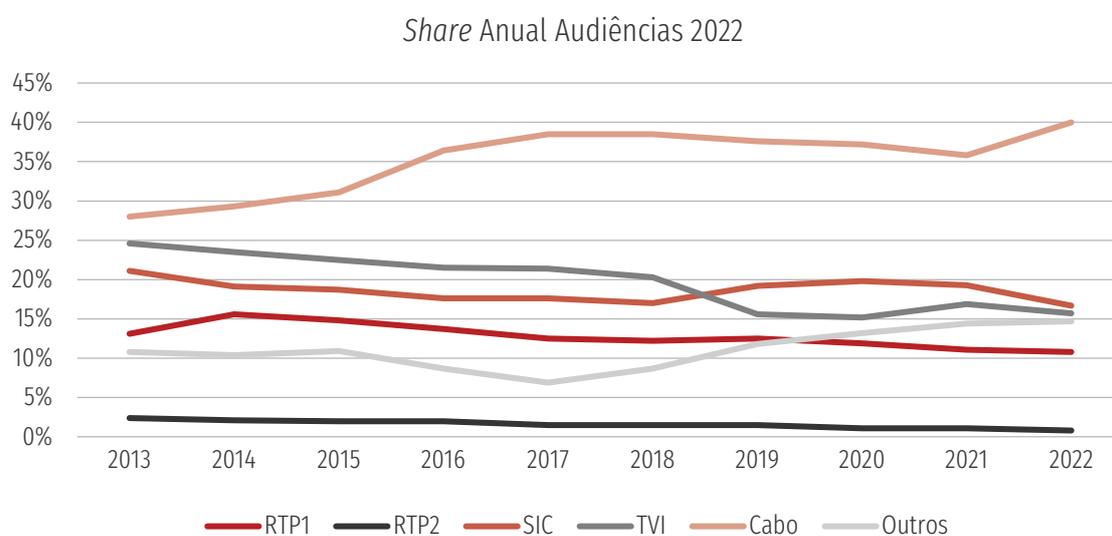
Também o digital apresentou crescimento relevante, a rondar os 12 %. Ainda assim, muito aquém dos 27 % registados em 2021. As recuperações mais significativas, em termos relativos, verificaram-se nos segmentos de *outdoor* (com um crescimento de 28 %) e de cinema (com um incremento de 194 %). Por outro lado, o segmento de imprensa manteve a tendência de queda sentida nos últimos anos, com uma quebra de 15 %.

Já o Relatório e Contas da Sport TV aponta o número 515 milhões de euros para a dimensão do mercado publicitário português entre junho 2021/2022, o que representou um aumento de 16 % face ao período homólogo de 2020/2021. 53 % do montante correspondeu a publicidade em televisão, 6 % a rádio e 27 % ao digital.

A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais dos grupos Impresa e Media Capital na ordem dos 64 % e 68 %, respetivamente. O peso destas receitas foi menos significativo no Grupo Cofina (cerca de 37 %) e na RTP (perto dos 10 %). Em geral, o peso da publicidade manteve-se muito semelhante ao registado em anos anteriores.

Num enquadramento de desaceleração e quase estagnação do crescimento de receitas de publicidade e de perda de *share* de audiências por parte dos principais canais em *free-to-air*, é discutível se é possível manter a publicidade como principal fonte de receitas dos grupos de comunicação social.

FIG. 6 – PERDA DE SHARE DOS FREE-TO-AIR



Fonte: Universal McCann. Análise Universal McCann/ Mediabrands Insight sobre dados CAEM/GfK reproduzidos em YUMI -Telereport; Marktest, “Media and Advertising Global Report 2021, 2022 (Yumi)”. Elaboração ERC.

Começam a surgir novas formas de realizar publicidade. Recentemente os canais SIC passaram a integrar a plataforma de publicidade segmentada Playce, «a única em Portugal que permite aos anunciantes» direcionar a publicidade em televisão (visionada através de gravação) consoante o tipo de público.⁴

O estudo “Impacto da Publicidade Endereçada” elaborado pela GfK Metris⁵ relativamente à efetividade de plataformas que permitem aos anunciantes direcionar a publicidade em televisão consoante os diferentes tipos de público, através de um intervalo exclusivo no início da visualização de uma gravação nas boxes de Pay TV, em Portugal representadas exclusivamente pela Playce, concluiu que a recordação do consumidor poderia aumentar mais 44 %; que a utilização da segmentação nos anúncios permitia aumentar a recordação em mais de 70 % e que a eficácia da campanha melhoraria em mais de 50 %, face à publicidade tradicional. A taxa de recordação é mais do dobro nos consumidores com repetições da visualização. As características de apresentação do anúncio (desencadeado pela ação do utilizador em exclusivo), o formato (*non skippable*) e a segmentação assertiva tornam o Playce um meio de publicidade impactante.

O mercado da publicidade está a mudar, mesmo no *online*. Já em 2023, uma notícia do The Economist⁶ deu conta da introdução de subscrições pagas por várias redes sociais com forma de acesso a serviços de valor acrescentado, tendo em vista diversificar as receitas para além da publicidade.

⁴ “Canais SIC passam a integrar plataforma de publicidade segmentada Playce” – Executive Digest – 27/10/2022

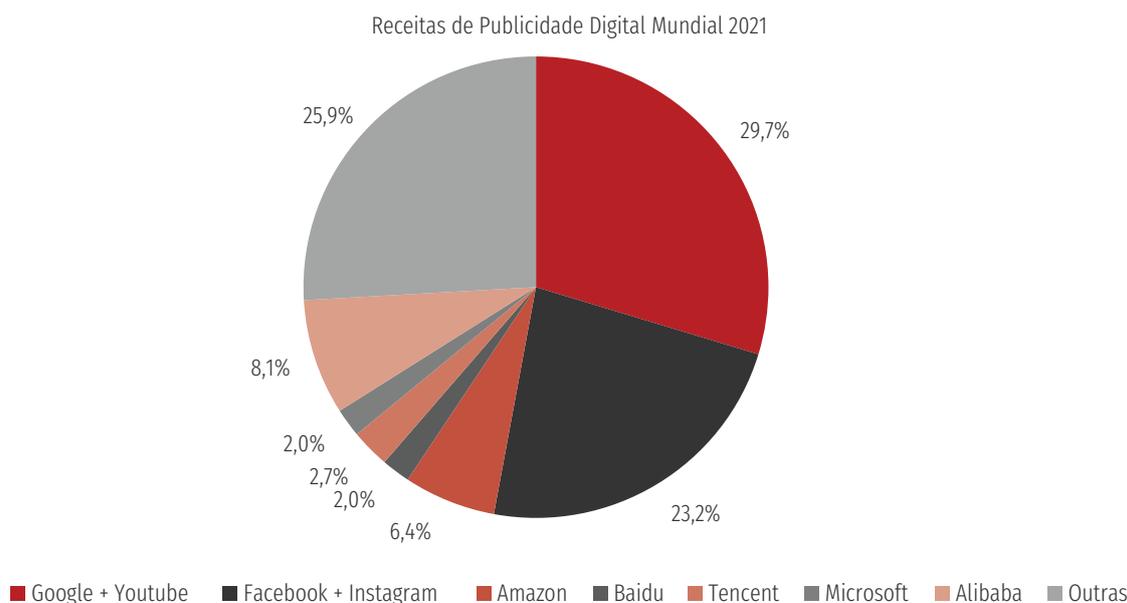
⁵ Meios e Publicidade 22/3/2023

⁶ “Facebook sells subscriptions as the add business tumbles” – The Economist 22/2/2023

Novas modalidades de publicidade digital ameaçam a hegemonia da Google e do Facebook. De acordo com um artigo do Financial Times⁷, a Meta (Facebook) e a Alphabet (Google) estão a perder quota de mercado nos EUA para rivais como Amazon, Apple, Microsoft e TikTok e, em 2022, representaram 48,4 % do mercado americano, pela primeira vez desde de 2014 abaixo dos 50 %.

A análise do CMPF8 para a distribuição mundial das receitas líquidas de publicidade (depois de custos de aquisição de tráfego) que aparece em *desktops*, *laptops*, telemóveis, *tablets* e outros aparelhos ligados à internet em todos os formatos possíveis nestas plataformas, vem reforçar precisamente esta ideia (Figura 7).

FIG. 7 - DIMINUIÇÃO DA HEGEMONIA DA GOOGLE E DO FACEBOOK



Fonte: Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), "Study on media plurality and diversity online". Elaboração ERC

Para além de processos *antitrust* desencadeados pelas autoridades na Europa e EUA, a política de privacidade, a preferência dos utilizadores por outras plataformas e a forma cada vez mais dinâmica como outras empresas utilizam os dados de que dispõem para orientar a publicidade estão a mudar o mercado publicitário. Uma maior criatividade e agilidade na abordagem, ajustando a oferta aos consumidores, provavelmente resultará em novas soluções de monetização de conteúdos.

Nem todos os *media* que subsistem através de publicidade digital estão a seguir a estratégia de aumentar a precisão do seu *targeting*. Alternativamente, preferem utilizar a publicidade contextual, que também é automática e em tempo real e se baseia na utilização de informação acerca do contexto em vez de dados acerca da pessoa, mantendo-se independente dos intermediários a quem pertencem os dados e os dominam⁹.

Outra origem de receitas relevante no setor é a circulação de publicações, revistas ou jornais.

Apesar da dificuldade em estimar as receitas agregadas, através da análise dos dados de tiragem e circulação disponibilizados pela APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação constata-se que, durante 2022, a circulação impressa paga cresceu, tanto em jornais como em revistas, a um ritmo duplo dígito, provavelmente um resultado relacionado com o fim da pandemia COVID-19. A circulação digital paga apresentou o comportamento contrário, com quebras de subscrições transversais a todo o universo analisado.

7 "Meta and Alphabet loose dominance over US digital ads market" – Financial Times – 23/12/2022

8 Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), European University Institute CiTiP (Centre for Information Technology and Intellectual Property) of KU Leuven Institute for Information Law of the University of Amsterdam (IVIR/UvA) Vrije Universiteit Brussels (Studies in Media, Innovation and Technology, VUB- SMIT), "Study on media plurality and diversity online". Maio 2022.

9 Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), European University Institute CiTiP (Centre for Information Technology and Intellectual Property) of KU Leuven Institute for Information Law of the University of Amsterdam (IVIR/UvA) Vrije Universiteit Brussels (Studies in Media, Innovation and Technology, VUB- SMIT), "Study on media plurality and diversity online". Maio 2022.



No entanto, o número de publicações periódicas que apresentou níveis de circulação digital superiores aos de circulação em papel é ainda muito incipiente: apenas duas publicações - Negócios e Jornal Económico.

Um estudo conduzido pelo Iberifer10 concluiu que, relativamente ao acesso a notícias em formato digital, 83 % dos acessos em Portugal ocorreram de forma indireta, ou seja, via plataformas como motores de busca, redes sociais, *e-mails*, notificações de telemóvel ou agregadores, que não os *websites* das marcas noticiosas. Este enquadramento sugere que a distribuição de conteúdos, audiências e, conseqüentemente, monetização de conteúdos pelas marcas de *media* continuam a depender largamente das plataformas digitais.

O *Digital News Report* de 2022 mostra que 61 % dos portugueses confiam nas notícias, embora relativamente à confiança nos *media* em geral a taxa desça para 55 % e para 52 % tratando-se de confiança nos jornalistas. Por outro lado, a confiança nas notícias que aparecem nos motores de busca e redes sociais merecem a desconfiança generalizada. Apenas 17 % afirmam confiar nas notícias que aparecem no Google e 6,8 % nas que aparecem no Facebook, Twitter, TikTok, etc.

Uma terceira fonte de receitas para as empresas de *media*, nomeadamente para os detentores de canais de televisão, são as receitas de subscrição de canais transmitidos por várias plataformas como, por exemplo, a fibra, o cabo, o satélite, entre outros. Genericamente, estas receitas de empresas de *media* detentoras de canais representam um custo para um outro segmento de regulados da ERC – os operadores de distribuição de serviços de televisão por subscrição (STVS).

Na área da venda de conteúdos em Portugal, seja sob a forma de comissões de subscrição de canais, de direitos de transmissão ou de venda e produção de conteúdos, identificáveis nas demonstrações financeiras de algumas empresas de forma autónoma, 2022 foi um ano de contração na Impresa e de expansão na Cofina (*fee* de distribuição da CMTV), *Media Capital* e RTP. O seu peso continuou relativamente modesto na estrutura de receitas, variando entre os 9 % no caso da RTP, 11 % na Cofina, 14 % no caso da *Media Capital*, e cerca de 17 % no caso da Impresa.

10 "The Impact of Disinformation on the Media Industry in Spain and Portugal Report December 2022", IBERIFIER - Iberian Digital Media Research and Fact-Checking Hub.

As informações anuais produzidas pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom)¹¹ mostram que, no final de 2022, cerca de 96,4 % das famílias dispunham de serviço de distribuição de sinais de TV (STVS), mais 2,7 % do que no ano anterior. O número de assinantes do STVS foi de 4,5 milhões, mais 136 mil (+3,1%) do que no ano anterior.

No final de 2022, a MEO atingiu a quota de assinantes do STVS mais elevada (41,1 %), seguindo-se o Grupo NOS (37,0 %), a Vodafone (18,8 %) e a Nowo (2,9 %). A MEO e a Vodafone foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 0,6 p.p. e 0,5 p.p., respetivamente. Por outro lado, diminuíram as quotas do Grupo NOS (-0,8 p.p.) e da Nowo (-0,3 p.p.).

O nível de concentração, medido pelo índice Herfindahl-Hirschman¹², apesar de elevado, diminuiu ligeiramente face ao mesmo período do ano transato. A atual tendência de diminuição da concentração iniciou-se em 2013, com o lançamento da oferta *triple play* da Vodafone suportada em FTTH. Não se têm registado, todavia, alterações significativas na concentração desde 2015.

Ao nível do *streaming*, o número de portugueses que subscrevem ou utilizam serviços para aceder a conteúdos televisivos continuou a aumentar em 2022. De acordo com os dados recentes do BStream, o barómetro de plataformas de *streaming* produzido pela Markttest, em 11/10/2022, o universo de subscritores deste tipo de serviços situava-se nos 32,9 %, enquanto o universo de utilizadores englobava já 44,1 % dos portugueses na segunda vaga deste ano, o que representa um crescimento de 0,3 p.p. face à vaga anterior. Na comparação com o período homólogo de 2021, o acréscimo de utilizadores de plataformas de *streaming* é ainda mais acentuado, apresentando um ganho de 2,1 p.p. nos indicadores do BStream.

A evolução no número de utilizadores de serviços de *streaming* tem sido acompanhada por um crescimento consecutivo no número de subscritores destas plataformas, que representam já 32,9 % do universo de portugueses com mais de 15 anos e residentes em Portugal Continental, ou seja, mais 0,4 p.p. face à primeira vaga de 2022.

Os serviços que colocam à disposição do consumidor um conjunto de conteúdos (nomeadamente filmes e séries) mediante o pagamento de uma mensalidade surgiram em Portugal no segundo semestre de 2015 com o lançamento das ofertas Netflix, NosPlay 5 e FOXPlay. Desde então, têm entrado no país diversas ofertas de *streaming* pago, de onde se destacam o Amazon Prime Video e Filmin (lançados no final de 2016), o HBO Portugal e a Apple TV+ (lançados em 2019), a Acorn, a Disney+ e a versão premium da Opto da SIC (lançadas em 2020). Existem muitos outros serviços deste género disponíveis na internet e direcionados a públicos específicos. Alguns prestadores de comunicações eletrónicas têm vindo, nos últimos anos, a integrar este tipo de serviços *streaming* na mensalidade de certas ofertas em pacote.

No que respeita ao indicador de notoriedade entre as plataformas de *streaming* que operam no mercado português, a Netflix continua a ser mais reconhecida, com 77,6 % de respostas, superando assim a Disney+ (56,5 %), a HBO Max (50,6 %), a Prime Video (50,4 %) e a NOS Play (47,1 %).

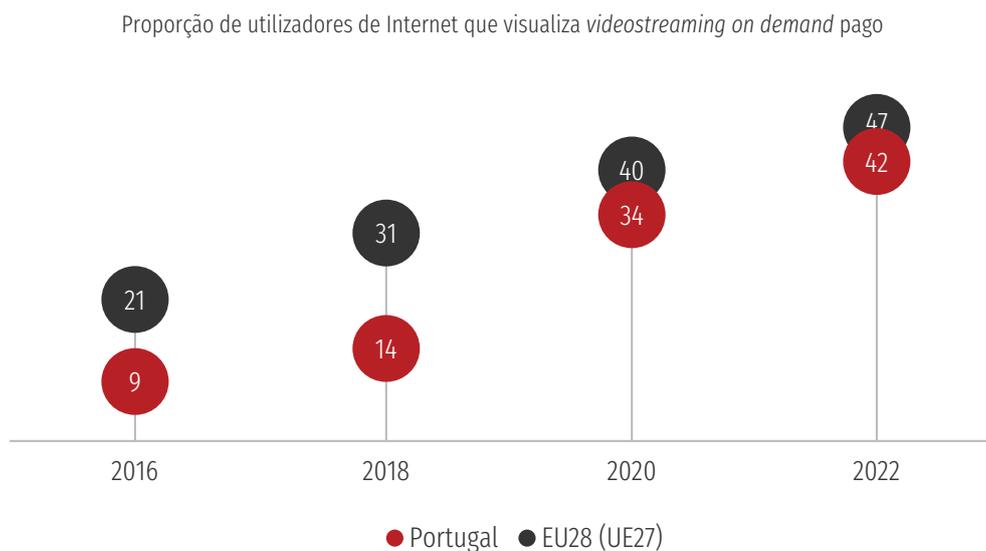
Segundo a Anacom¹³, a proporção de utilizadores de internet que recorreu ao *videostreaming on demand* pago atingiu os 42 %, +9 p.p. que em 2020 (Figura 8). Portugal ocupava a 16.ª posição do *ranking* da UE27 na utilização de *videostreaming on demand*. Caso se considere o total de indivíduos e não apenas os utilizadores de internet, a penetração destes serviços em Portugal seria de 36 % em 2022 (+9 p.p. que em 2020), ocupando Portugal a 17.ª posição no *ranking* da UE27.

11 Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição – 2022 – Anacom.

12 O índice Herfindahl-Hirschman é frequentemente utilizado pela Comissão Europeia para avaliar os níveis de concentração de mercado. Este índice é calculado adicionando o quadrado das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado. Os seus valores teóricos variam entre aprox. zero (num mercado atomizado) e 10 000 (num monopólio natural). Quando o índice é superior a 1800 considera-se que o mercado é muito concentrado. Entre 1000 e 1800 considera-se que o mercado é moderadamente concentrado.

13 Anacom – “Serviço Over The Top 2022”.

FIG. 8 – PORTUGAL A CONVERGIR COM A UE



Fonte: Anacom – “Serviço Over The Top 2022”. Elaboração ERC.

Nos dois últimos anos, a utilização de *videostreaming on demand* em Portugal cresceu em todos os grupos socio-demográficos analisados, com especial destaque para os indivíduos mais jovens (entre 16 e 24 anos) e entre 35 e 54 anos, com o ensino secundário, estudantes e empregados (crescimento entre +11 p.p. e + 15 p.p.).

Consequentemente, e de acordo com os dados da Marktest, 3 milhões e 715 mil cidadãos recorreram ao televisor para fazer uso da internet em 2022. Este valor representa 43,4 % do universo composto pelos residentes no Continente com 15 e mais anos e 53,3 % dos internautas nacionais. A televisão foi a plataforma que mais cresceu como meio de acesso à internet, duplicando os valores de 2019, quando 18,6 % tinha essa prática. A consola de jogos foi a segunda plataforma que mais cresceu neste período, com mais 20 % do que o registado em 2019, seguida do telemóvel, que aumentou 18 %. Já o computador e o *tablet* cresceram a um ritmo mais modesto, tendo hoje mais 5 % de utilizadores que em 2019.

Também na rádio a internet tem um papel relevante e até mesmo mais antigo que na televisão. De acordo com um estudo do Bareme, há quase 3,5 milhões de portugueses a ouvir rádio através da internet, 40,8 % do universo em análise, e o valor mais elevado desde que o indicador é observado.

Com esta tendência, e de acordo com o estudo de comparações internacionais de preços publicado pela *Rewheel*, “*Digital Fuel Monitor*”, o preço mediano por *gigabyte* das ofertas de internet no telemóvel em Portugal era o 2.º mais elevado a nível da UE e o 4.º mais elevado entre os 50 países analisados.

Pode dizer-se que os novos serviços de *streaming* são cada vez mais uma ameaça ao *status quo*, tanto dos operadores de televisão como dos operadores de STVS, mas estes últimos continuam a dominar no canal de distribuição – a internet.

Olhando para a possibilidade de geração de receitas através de outras linhas de negócio, menos relacionadas com o *core business*, *i.e.*, para além da publicidade e venda de publicações, assinaturas ou conteúdos, podem observar-se alternativas como serviços multimédia, eventos e *marketing*, entre outras prestações de serviços.

No caso dos grandes grupos económicos, os conglomerados *media*, aquelas continuaram a ter um contributo marginal para as receitas de exploração, mas em empresas de menor dimensão podem representar importantes alternativas à publicidade. Os dados constantes na Plataforma da Transparência dos *Media* sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 32 % em 2022¹⁴) não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

14 No grupo de entidades que inseriram indicadores financeiros de 2022 na Plataforma da Transparência.

O setor público de *media* teve um crescimento de receitas positivo.

Em 2022, o Estado alocou à Agência Lusa cerca de 13,4 milhões de euros em indemnizações compensatórias¹⁵, no quadro do contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre as duas partes¹⁶. No mesmo ano, a RTP recebeu em taxas de contribuição para o audiovisual 185,1 milhões de euros¹⁷.

Os *media*, em geral, receberam quatro milhões de euros destinados a meios de comunicação social regionais e locais, repartidos entre incentivos à leitura e incentivos ao desenvolvimento digital, modernização tecnológica, acessibilidade à comunicação social, literacia e educação para os *media* e desenvolvimento de parcerias estratégicas (1 084 253,72 euros acima dos 979 858,25 euros de 2021)¹⁸.

A publicidade institucional do Estado, que está incluída nas receitas de publicidade das empresas, totalizou 6 462 708,69 euros em 2022, dos quais 2 384 267,78 euros foram destinados aos *media* regionais e locais (36,9 % do total)¹⁹. Importa dar nota de que, em 2022, a percentagem do investimento publicitário nos meios regionais e locais reflete uma evolução positiva, tendo atingido cerca de 37 %, face aos 25 % registados em 2021.

Por outro lado, com a cobrança de taxa de exibição aos operadores audiovisuais a pedido, e fornecedores de VoD (recebida pelo ICA – Instituto do Cinema e Audiovisual), o Estado português arrecadou quase 4,9 milhões de euros. Em causa está o pagamento da taxa de exibição que incide sobre a publicidade e comunicação comercial nos ecrãs portugueses e que até aqui abrangia os anúncios que passam nas salas de cinema, nos operadores de televisão ou distribuidores, e que determina que os anunciantes têm de entregar ao Estado 4 % do preço pago por esse espaço. Não se dispõe de dados acerca da taxa anual de contribuição também prevista na lei e que diz respeito às obrigações de investimento em Portugal por estas empresas.

A 31 de dezembro de 2022 estavam declaradas como ativas na Base de Registos da ERC 1710 publicações periódicas, 301 empresas jornalísticas, 272 operadores de radiodifusão, 181 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 24 operadores televisivos, 11 operadores de distribuição de televisão (STVS) e duas empresas noticiosas. Em 2022, passaram a estar registados na ERC os operadores de serviços audiovisuais a pedido e as plataformas de partilha de vídeos (Figura 9).

FIG. 9- SETOR ESTÁVEL EM TERMOS DE NÚMERO DE INTERVENIENTES, COM EXCEÇÃO DA INTERNET

	2021	2022	Var % 22/21
Publicações Periódicas	1728	1710	-1,0%
Empresas Noticiosas	2	2	0,0%
Operadores de Distribuição	11	11	0,0%
Operadores de Rádio	284	272	-4,2%
Operadores de Televisão	22	24	9,1%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	149	181	21,5%
Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido	ND	14	NA
Fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos	ND	1	NA

Fonte: ERC - Base de Dados de Registos.

Por forma a concretizar quais as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes, parte-se do segmento deste mercado que tem menos intervenientes para o que tem mais intervenientes e identificam-se individualmente quais os *players* relevantes e qual o segmento que integram.

¹⁵ Cfr. Resolução do Conselho de Ministros n.º 127/2021, de 26 de agosto.

¹⁶ O valor da indemnização compensatória é estabelecido por contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre o Estado e a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., podendo registar atualizações anuais.

¹⁷ Os fundos públicos transferidos para a RTP concentram-se na Contribuição para o Audiovisual (CAV), paga pelos cidadãos através da fatura de eletricidade. A CAV foi fixada, em 2016, em 2,85 euros (acresce IVA a 6 %).

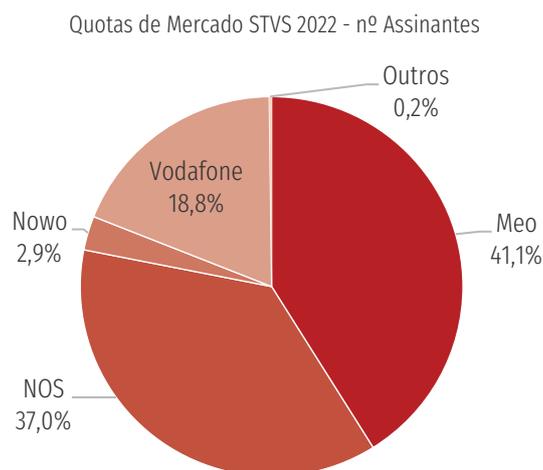
¹⁸ Despacho n.º 540/2022, de 14 de janeiro, Gabinetes do Ministro de Estado e das Finanças, da Ministra da Cultura e do Secretário de Estado Adjunto e do Desenvolvimento Regional.

¹⁹ ERC, “Relatório de Regulação 2021”, 2022.

Em 2022, a par da Agência Lusa, encontrava-se também registada na ERC uma segunda agência noticiosa, a Madremédia, Lda. Como referido, a Lusa é financiada pelo Estado português e, aparentemente, a Madremédia é uma empresa privada, parceira da Sapo, que se descreve como sendo uma empresa de inovação em *media*, focada na criação de conteúdo para plataformas digitais e no desenvolvimento de soluções tecnológicas que melhor sirvam esse conteúdo²⁰.

No segmento dos operadores de STVS, apesar de totalizarem onze em número, ao observar as quotas de mercado é clara a dominância de dois deles – MEO e NOS –, bem como a posição de crescente relevância do interveniente mais novo do segmento, Vodafone, seguido pela Nowo (Figura 10). Durante 2022, a Vodafone lançou uma oferta de aquisição da totalidade do capital da Nowo que, à data da elaboração deste capítulo, se encontrava em autorização junto dos reguladores competentes.

FIG. 10 - MERCADO STVS POUCO FRAGMENTADO

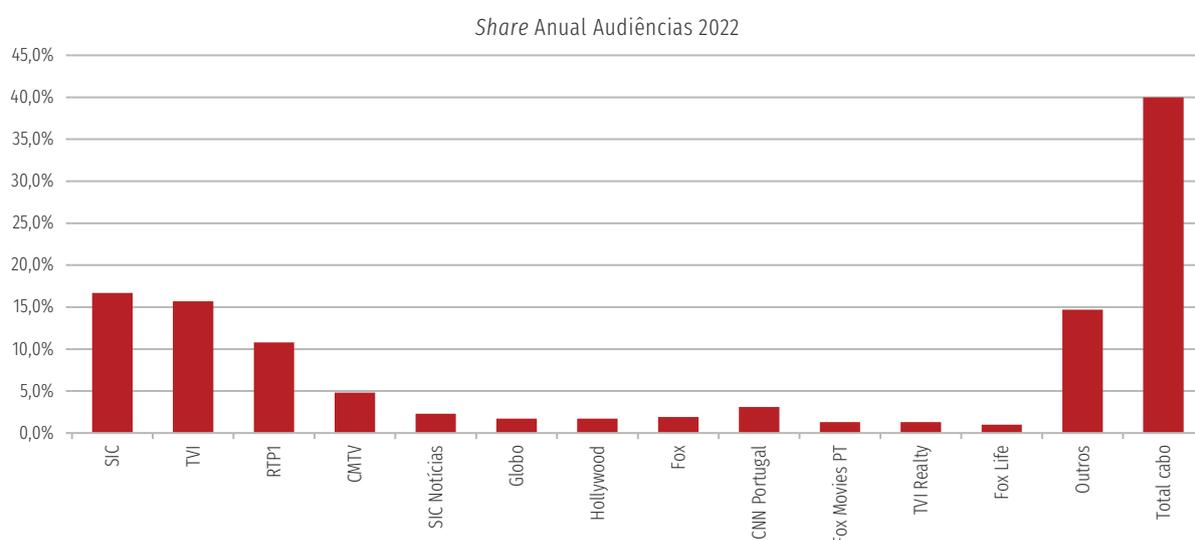


Fonte: Anacom – “Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição – 2022”. Elaboração ERC.

20 <https://24.sapo.pt/parceiro/madremedia>.

À medida que a escala e a intensidade capitalística dos negócios diminuem, o número de intervenientes aumenta (com exceção das agências noticiosas). Assim, em termos de operadores de televisão, o número de intervenientes atingiu 24 (Figura 11), superior ao da distribuição e ao registado em 2021.

FIG. 11 – OPERADORES DE TELEVISÃO TAMBÉM PRESENTES NA STVS COM QUOTA RELEVANTE



Fonte: Universal McCann. Análise Universal McCann / Mediabrands Insight sobre dados CAEM/Gfk reproduzidos em YUMI -Telereport; Alvo: Universo; Base: Total TV; Tipologia de audiência: Total Dia. Outros - Visionamento residual de canais não auditados e outras utilizações do televisor (inclui streaming e consolas), Markttest, "Media and Advertising Global Report 2022 (Yumi)"; Elaboração ERC.

No segmento da rádio, apesar do elevado número de intervenientes, também existe concentração nos dois maiores operadores, que, na sequência da alienação pelo Grupo *Media Capital* do braço radiofónico aos alemães Bauer, des-centralizou essa posição dominante de um dos principais grupos económicos nacionais.

Tal como o que acontece no segmento dos operadores de distribuição de STVS, os dois maiores têm quotas de mercado semelhantes entre si (Figura 12). Em termos de comparações temporais constata-se que, face a 2021, a audiência acumulada de véspera diminuiu, mas o *reach* aumentou. O número de operadores de rádio tradicional registados na ERC manteve-se (Figura 9), mas o de operadores exclusivamente pela internet continuou em crescimento.

FIG. 12 - MERCADO DOMINADO POR DOIS INTERVENIENTES, APESAR DA GRANULARIDADE DE PARTICIPANTES

Audiências e shares Rádio dezembro 2022			
Grupo/Estação (Dez. 2022)	Reach semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Total Rádio	84,2%	60,9%	100,0%
Grupo Renascença Multimédia	54,0%	26,8%	32,7%
RFM	39,5%	18,6%	23,5%
Renascença	17,4%	6,5%	6,6%
Mega Hits	9,2%	3,7%	2,6%
Grupo Bauer Média Audio Portugal	54,0%	29,2%	39,3%
R Comercial	40,4%	19,7%	25,9%
M80	19,0%	7,6%	8,6%
Cidade FM	12,2%	4,8%	3,5%
Smoth FM	2,6%	0,8%	1,0%
Vodafone FM	0,8%	-	-
Grupo RTP	15,9%	7,3%	8,4%
Antena 1	10,5%	4,5%	5,3%
Antena 3	5,9%	2,7%	2,7%

FIG. 12 - MERCADO DOMINADO POR DOIS INTERVENIENTES, APESAR DA GRANULARIDADE DE PARTICIPANTES

Audiências e shares Rádio dezembro 2022			
Grupo/Estação (Dez. 2022)	Reach semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Antena 2	0,9%	0,3%	0,3%
TSF (Global Media Group)	9,5%	3,6%	2,6%
Outras estações	10,3%	9,7%	13,0%
Não sabe estação	3,9%	1,8%	2,0%
Uníverson	8 563 501	8 563 501	8 563 501

Fonte: Markttest. Bareme 5.ª Vaga dezembro 2022. Elaboração ERC.

O segmento de publicações periódicas, o mais pulverizado de todos e também aquele que há mais tempo está exposto à concorrência digital, voltou a apresentar uma diminuição do número de intervenientes.

De acordo com os dados da APCT, as quotas de mercado nos segmentos relevantes mantiveram-se próximas, mas, em regra, tem permanecido, ao longo dos anos, uma publicação dominante, como por exemplo o Correio da Manhã, em jornais diários, seguido pelo Jornal de Notícias, ou, nos semanais, o Expresso.

Contrariamente a anos anteriores, a circulação paga cresceu durante todo o ano de 2022, na grande maioria das publicações, e a um ritmo duplo dígito. Relativamente à digital, 70 % dos órgãos de comunicação social que apresentaram informações junto da APCT registaram contração.

No *online* continua a denotar-se a hegemonia dos intervenientes estrangeiros, aparecendo o site da TVI e da Rádio Comercial como os mais destacados entre os nacionais, mas atrás das posições cimeiras das empresas internacionais. De acordo com o *ranking* de sites da Similar Web, a 27 de fevereiro de 2023, o primeiro órgão de comunicação social português a figurar na lista era a página sapo.pt, em 4.º lugar, seguido do jornal Record em 9.º. O *ranking* da Markttest (Figura 13) reforça precisamente essas conclusões.

FIG. 13 - DESTAQUE PARA INTERVENIENTES ESTRANGEIROS SEGUIDOS DE PERTO POR MEDIA PORTUGUESES

Audiências Internet 2022					
#		Rch (000)	Rch (%)	Vst (000)	PVs (000)
1	Facebook meter panel	3534,7	41,3	86067,0	1 203 644,2
2	Google (motor de busca) meter panel	4847,4	56,6	168156,8	1 015 467,6
3	Youtube meter panel	3628,0	42,4	65921,8	717 432,7
4	OLX mega panel	2074,1	24,2	30262,9	666 716,4
5	Instagram meter panel	1890,9	22,1	18086,4	509 881,6
6	Outlook.com meter panel	2057,2	24,0	37904,5	483 270,6
7	Whatsapp meter panel	1552,3	18,1	19943,1	278 184,1
8	Portal das Financas meter panel	2507,1	29,3	11737,4	227 255,2
9	TVI mega panel	3551,2	41,5	28675,8	123 006,0
10	Msn Portugal Homepage meter panel	861,5	10,1	19511,7	119 538,8
11	Rádio Comercial mega panel	512,0	6,0	2555,6	91 148,7
12	Record mega panel	1718,7	20,1	22483,6	87 740,5
13	CGD meter panel	1172,4	13,7	6473,5	86 856,3
14	Amazon meter panel	1222,3	14,3	6188,8	84 792,9
15	Twitter meter panel	1076,5	12,6	7737,8	76 527,9
16	A Bola meter panel	531,8	6,2	8509,5	76 144,7
17	Linkedin meter panel	1376,2	16,1	9418,9	70 774,9

FIG. 13 - DESTAQUE PARA INTERVENIENTOS ESTRANGEIROS SEGUIDOS DE PERTO POR *MEDIA* PORTUGUESES

Audiências Internet 2022					
#		Rch (000)	Rch (%)	Vst (000)	PVs (000)
18	Correio da Manhã mega panel	3082,0	36,0	24292,8	67 915,7
19	Idealista meter panel	699,9	8,2	2448,1	61 476,4
20	Continente meter panel	1135,1	13,3	3771,8	59 888,5
21	RFM mega panel	997,0	11,6	2817,1	55 814,6
22	Segurança Social meter panel	1463,4	17,1	5350,8	54 719,5
23	SIC mega panel	3221,8	37,6	22943,2	38 321,5
24	zerozero.pt mega panel	666,4	7,8	5592,0	37 731,3
25	NOS meter panel	815,0	9,5	4803,0	37 336,6
26	Booking meter panel	990,1	11,6	2770,6	36 960,4
27	IKEA meter panel	575,1	6,7	1420,5	35 147,1
28	Netflix meter panel	724,5	8,5	9430,1	35 089,6
29	Aliexpress meter panel	1168,4	13,6	4272,7	33 581,8
30	Santander Totta meter panel	655,5	7,7	4309,7	32 626,2
31	Worten meter panel	1429,6	16,7	4392,6	31 683,7
32	Flash mega panel	2479,0	28,9	11934,3	31 499,4
33	Expresso mega panel	2552,0	29,8	15756,3	30 193,4
34	Pinterest meter panel	956,3	11,2	3673,7	30 174,4
35	Millennium bcp meter panel	483,6	5,6	3105,8	29 689,4
36	Lidl meter panel	622,4	7,3	1822,2	29 176,8
37	MEO meter panel	904,6	10,6	4774,6	27 729,6
38	Mais Futebol mega panel	1079,9	12,6	6796,6	26 640,7
39	Montepio meter panel	576,7	6,7	2438,2	26 550,7
40	Wikipedia meter panel	1667,3	19,5	7153,9	24 671,2
41	NiT mega panel	2441,3	28,5	11011,6	23 487,1
42	Serviço Nacional de Saúde meter panel	1174,1	13,7	3734,4	23 400,9
43	ipma meter panel	823,8	9,6	7874,7	23 276,4
44	Jogos Santa Casa meter panel	675,4	7,9	3661,0	21 191,3
45	TripAdvisor meter panel	636,3	7,4	1084,5	20 872,4
46	Pingo Doce meter panel	571,7	6,7	1355,8	20 471,8
47	Net Empregos meter panel	409,1	4,8	1999,1	19 199,5
48	RTP mega panel	1472,2	17,2	8090,6	18 891,6
49	BPI meter panel	373,9	4,4	2532,3	18 826,6
50	Nova Gente mega panel	1440	16,8	4052,9	18 062,6

Fonte: Markttest, "Media and Advertising Global Report 2022 (Yumi)". Elaboração ERC.

Em suma, pode concluir-se que 2022 foi um ano de manutenção das tendências passadas com algumas alterações em termos de posições dominantes no mercado digital. As medidas regulatórias, o aumento da concorrência, o desenvolvimento tecnológico e as preferências dos consumidores marcaram a sua influência. A propriedade do canal de distribuição e dos conteúdos adequados ao consumidor continuaram a ser fatores críticos neste setor.

3. ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR

No setor de *media* existem vários segmentos de regulados, com características díspares em termos de número e dimensão, que importa analisar no âmbito da atividade de regulação. É particularmente relevante estudar o perfil financeiro dos diversos segmentos, os motores do negócio e as formas de financiamento, para conhecer o universo regulado de forma individual e chegar a um melhor conhecimento do setor como um todo.

Para tal, a presente análise baseia-se na informação reportada à ERC no âmbito do regime jurídico da transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social; e Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro²¹), por via da consulta dos dados comunicados através da Plataforma da Transparência dos *Media* e disponibilizada ao público no Portal da Transparência, extraídos a 4 de julho de 2023, às 15.30h.

Inclui empresas que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* relativa a 2022, cuja atividade principal é a comunicação social ou, não sendo, que conseguem autonomizar a atividade de comunicação social na sua contabilidade. Os distribuidores de STVS não foram incluídos uma vez que estas empresas não têm como atividade principal a comunicação social (mas sim outra - telecomunicações) e declaram não ser possível autonomizá-la.

As empresas que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* podem classificar-se em dois macro grupos: empresas *monomédia*, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, ou multimédia, proprietárias de vários tipos de órgãos de comunicação social.

Não sendo as empresas *holding*, em muitos casos, proprietárias diretas de órgãos de comunicação social, não se encontram obrigadas a divulgar contas consolidadas na Plataforma da Transparência. Neste enquadramento, as mesmas são alvo de análise individualizada na Parte II desta análise.

Assim, dentro dos dois agregados mono ou multimédia surgiram na Plataforma da Transparência dos *Media* os seguintes tipos de empresa:

Monomédia

- Empresa Noticiosa (EN);
- Operador de Distribuição (OD);
- Operador de Rádio (OR);
- Operador Televisivo (OT);
- Publicação Periódica (PP).

Multimédia

- Operador de Rádio e Publicação Periódica (OR+PP);
- Operador de Rádio e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (OR+OREI);
- Operador de Rádio e Televisivo (OR+OTV);
- Operador de Rádio, Publicação Periódica e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (OR+PP+OREI);

²¹ De acordo com o Regulamento da ERC n.º 835/2020, artigo 4.º, as pessoas singulares ou coletivas que, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 2.º, prosseguem atividades de comunicação social, devem comunicar anualmente, até 30 de junho, à ERC, um conjunto de dados de fluxos financeiros. O n.º 3 do artigo 3.º impõe que sejam anexados, na Plataforma da Transparência dos *Media*, os mapas de Balanço e Demonstração de Resultados ou a Declaração Anual de Informação Empresarial Simplificada que faça prova dos mesmos.

- Operador Televisivo e Publicação Periódica (OTV+PP);
- Publicação Periódica, Operador de Rádio e Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet (PP+OR+OTVEI);
- Serviço Audiovisual a Pedido e Operador Televisivo (SAVP+OTV);
- Publicação Periódica e Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet (PP+OREI).

Como já se mencionou, os dados financeiros provenientes da base de dados da Plataforma da Transparência dos *Media* (Plataforma) foram recolhidos em 4 de julho de 2023.

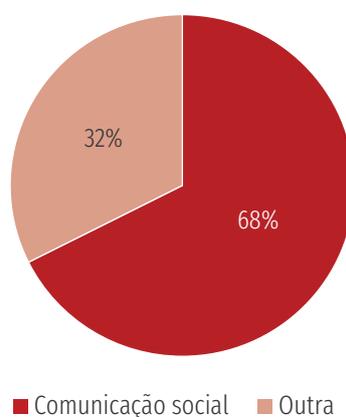
Uma análise do setor não ficaria completa sem um olhar mais individualizado e detalhado sobre as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes em um ou vários segmentos de *media* regulados pela ERC, que se apresenta na Parte II, com os dados passíveis de recolha à data de 1 de junho de 2023. Este capítulo será desenvolvido na versão autónoma desta análise, a publicar futuramente.

Das entidades que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* verifica-se que 68 % têm como atividade principal a comunicação social, as restantes 32 % referem-se a empresas cuja atividade principal é outra que não a comunicação social (Figura 14).

Destas últimas, existem entidades que conseguem autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social das restantes atividades económicas, embora apenas 6 % o consigam.

FIG. 14 - NÚMERO RELEVANTE DE EMPRESAS PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SEM QUE ESSA SEJA A ATIVIDADE PRINCIPAL

Qual a atividade principal das empresas que reportaram indicadores financeiros na plataforma da transparência em 2022?



Fonte: Plataforma da Transparência dos *Media* 4/7/2023. Elaboração ERC.

Com base na informação financeira constante na Plataforma da Transparência dos *Media* relativa ao ano de 2022, das empresas cuja atividade principal é a comunicação social ou, não sendo, que conseguem separar a atividade de comunicação social da sua atividade principal para efeito de reporte de indicadores financeiros, é possível ter uma imagem fidedigna do setor.

Em 2022, os ativos totais das empresas de comunicação social ascenderam a 1027 milhões e 532 mil euros e os rendimentos totais da atividade a 1003 milhões e 993 mil euros. Em termos de resultados, o total dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) ou operacionais atingiu 58 milhões e 685 mil euros e o total dos resultados líquidos 41 milhões e 540 mil euros.

53 % das empresas apresentaram crescimento dos rendimentos, cerca de 61 % resultados líquidos positivos e 68 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente inferiores a 2021. 81% apresentaram capitais próprios positivos, uma percentagem estável face a 2021, e entre as empresas com capitais próprios positivos, o capital perfaz 53 % do ativo, na média aritmética de todas as empresas.



As empresas que reportaram informação financeira na Plataforma da Transparência dos *Media* podem classificar-se em dois macro grupos: empresas *monomédia*, proprietárias de apenas um tipo de órgão de comunicação social, ou multimédia, proprietárias de vários tipos de órgãos de comunicação social.

Em Portugal, o número de empresa *monomédia* é muito superior ao de conglomerados multimédia, com uma predominância de rádios e publicações periódicas. A dimensão das empresas multimédia é maior.

91 % das empresas de comunicação social que reportaram indicadores financeiros na Plataforma da Transparência dos *Media* eram *monomédia*. O ativo total e rendimentos totais e médios das empresas *monomédia* foram inferiores aos das empresas multimédia, resultado da grande diferença de dimensão entre ambas (Figura 15).

FIG. 15 - SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS DE DIMENSÃO

Em EUR	#	Total ativos	Total rendimentos	Total capital próprio
Monomedia	321	363 103 072	473 769 779	106 706 217
OTV	6	72 390 949	226 804 801	15 978 813
PP	170	240 985 023	209 364 035	87 813 408
OR	142	38 281 010	19 896 718	-2 876 154
EN	1	10 104 867	17 195 256	5 764 208
OD	2	1 341 223	508 968	25 943
Multimedia	30	664 429 099	530 223 710	83 215 151
OR+OTV	1	309 406 110	230 625 799	-6 653 437
SAVP+OTV	1	181 476 712	158 225 039	20 262 363
OTV+PP	4	139 293 392	102 094 377	51 774 863
OR+OREI	3	29 208 296	35 911 587	15 223 917
OR+PP	14	2 326 358	1 621 512	850 125
OR+PP+OREI	3	1 621 200	1 030 029	953 876
PP+OREI	3	700 872	388 537	528 404
PP+OR+OTVEI	1	396 158	326 830	275 040
Total	351	1 027 532 171	1 003 993 489	189 921 368

Fonte: Plataforma da Transparência dos *Media* 4/7/2023. Elaboração ERC.

As diferenças agravam-se quando se observam as rubricas de resultados. Apesar de bastante menos numerosas, as empresas multimédia apresentaram maiores resultados em 2022, tanto no agregado total como em termos médios (Figura 16).

FIG. 16 - SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS DE RENTABILIDADE

Em EUR	#	Total rendimentos	Total capital próprio
Monomédia	321	20 247 094	14 846 653
OTV	6	10 168 857	8 370 565
PP	170	9 328 309	8 035 591
EN	1	835 847	109 605
OD	2	125 535	113 391
OR	142	-211 455	-1 782 500
Multimédia	30	38 437 684	26 693 656
OTV+PP	4	15 161 865	13 614 536
SAVP+OTV	1	12 497 574	7 443 057
OR+OREI	3	7 004 188	4 788 918
OR+OTV	1	3 515 831	767 074
OR+PP	14	128 795	25 740
PP+OREI	3	69 868	26 274
PP+OR+OTVEI	1	36 106	28 669
OR+PP+OREI	3	23 459	-612
Total	351	58 684 778	41 540 309

Fonte: Plataforma da Transparência dos *Media* 4/7/2023. Elaboração ERC.

Contata-se também que o segmento de operadores de TV foi aquele que apresentou uma dimensão em termos de ativos, receitas e resultados muito superior aos restantes, sintomático dos requisitos de investimento mais elevados.

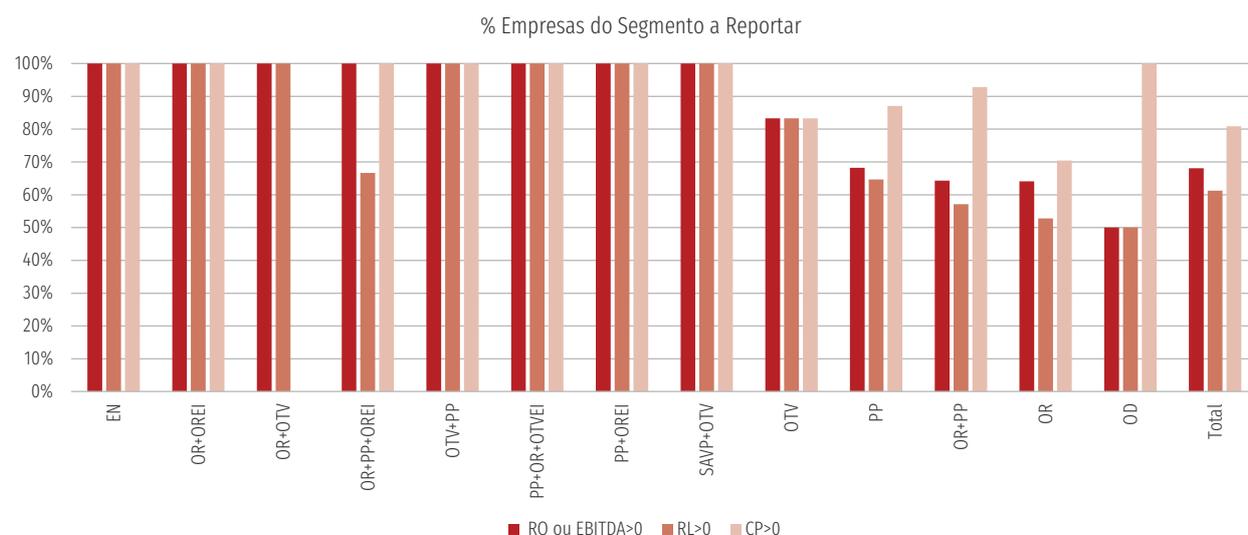
O segmento de operadores de rádio apresentou resultados negativos agregados tanto ao nível operacional como líquido.

Salienta-se que os operadores de telecomunicações e distribuição de STVS foram excluídos desta abordagem, uma vez que, de acordo com a Plataforma da Transparência dos *Media*, a sua atividade principal não é a comunicação social e também não a conseguem autonomizar para efeitos de reporte de indicadores financeiros.

São as empresas *monomédia* que mais frequentemente apresentaram resultados operacionais, EBITDA e líquidos negativos bem como capitais próprios negativos. Nos segmentos multimédia apenas um segmento era constituído por uma empresa com resultados operacionais negativos. Os segmentos mais tradicionais de publicações periódicas e operadores de rádio são os que contêm empresas deficitárias com maior frequência. Pela positiva, nenhum segmento apresentou menos de 50 % de empresas com indicadores de resultados ou capitais próprios negativos (Figura 17).



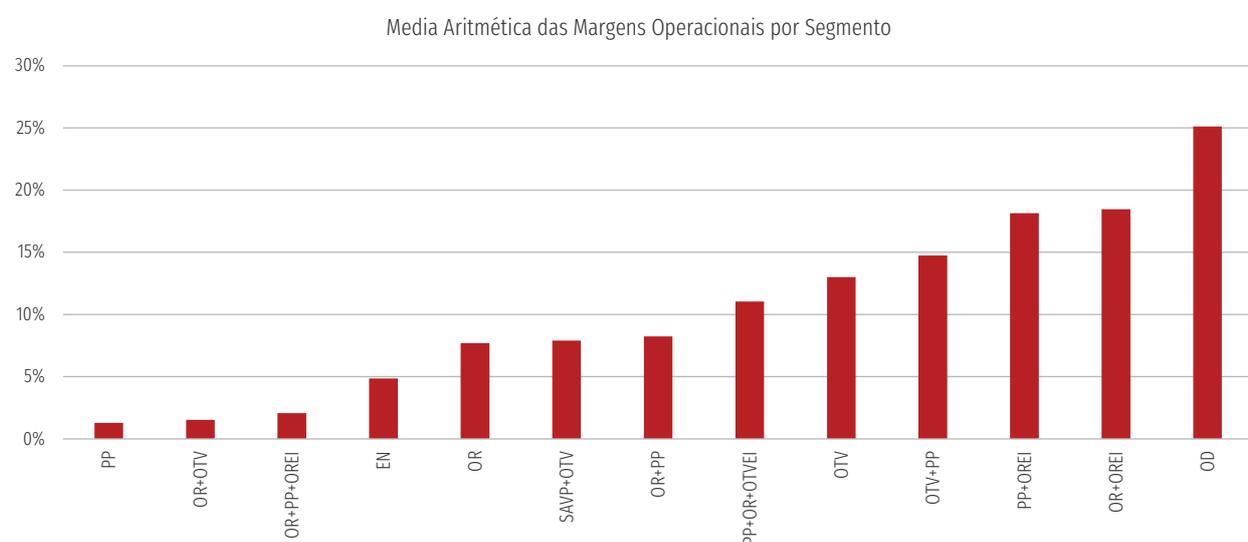
FIG. 17 - MAIS DE 50 % POSITIVO



Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2023. Elaboração ERC.

Com exceção dos operadores de distribuição de TV, as margens operacionais são baixas, situando-se em geral abaixo dos 20 %. Entre as mais baixas encontram-se as publicações periódicas, as empresas noticiosas e os operadores de rádio e televisão. Nos negócios com margens mais altas surge frequentemente exposição a operações digitais.

FIG. 18 - EM GERAL, MARGENS BAIXAS



Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2023. Elaboração ERC.

Mais de metade das empresas de cada segmento apresentou crescimento de rendimentos em 2022, com exceção dos operadores de rádio. É também entre os operadores de rádio que se registam as taxas de crescimento mais elevadas, o que sugere que a disparidade entre intervenientes do setor é grande.

Como seria de esperar, geograficamente existe concentração da atividade de comunicação social em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Região Autónoma da Madeira (RAM), Braga e Leiria (Figura 19). No fim da tabela são visíveis os distritos do interior de Portugal, a refletir as assimetrias do país. Deve salientar-se a existência de resultados operacionais e líquidos negativos agregados por segmento em vários distritos do país.

FIG. 19 - SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS REGIONAIS

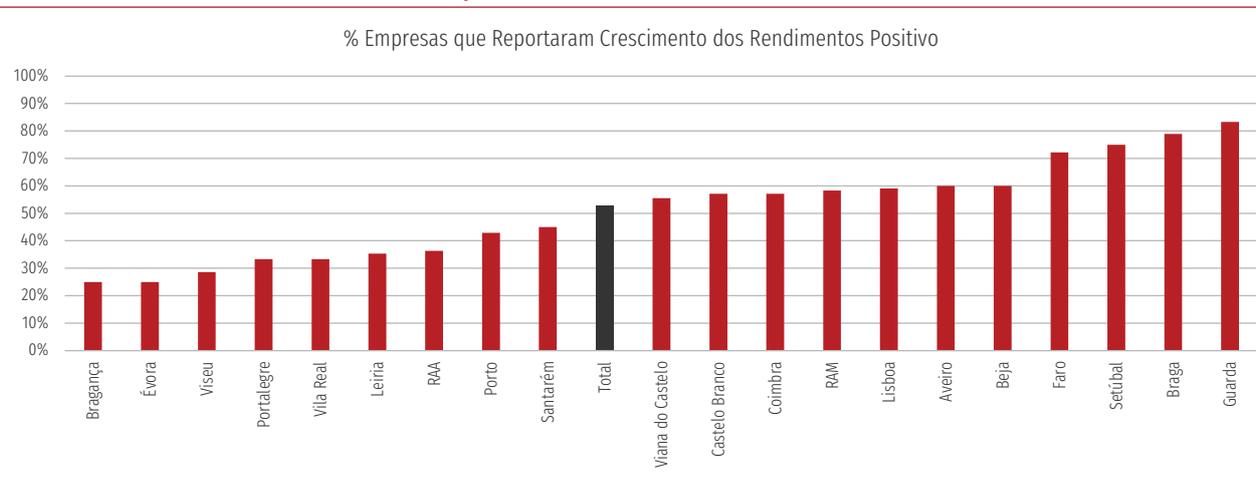
Em EUR	#	Total ativos	Total rendimentos	Total capital próprio
Lisboa	94	833 657 035	886 157 620	107 749 447
Porto	39	127 090 802	65 612 181	59 745 277
Évora	12	24 173 221	19 160 693	4 055 047
RAM	12	10 946 259	8 257 387	5 393 029
Braga	20	4 282 943	3 678 254	2 160 360
Leiria	17	3 833 641	3 050 066	1 419 060
Faro	20	3 406 013	3 034 083	881 756
Coimbra	14	3 537 538	2 308 472	1 143 351
RAA	12	2 647 258	2 235 605	502 811
Aveiro	22	2 412 028	2 018 578	1 519 864
Santarém	22	3 508 328	1 780 092	1 198 476
Castelo Branco	8	1 286 429	1 334 262	855 840
Viseu	14	1 357 984	1 099 920	254 383
Viana do Castelo	9	924 047	942 520	466 401
Setúbal	8	1 033 574	795 234	465 770
Vila Real	6	405 543	757 109	162 495
Portalegre	3	847 469	482 071	742 308
Bragança	8	1 053 477	475 513	711 442
Beja	5	454 384	474 119	240 077
Guarda	6	674 198	339 708	254 175
Total	351	1 027 532 171	1 003 993 489	189 921 368

Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2023.Elaboração ERC.

Relativamente a margens, não é possível identificar qualquer padrão, existindo bons e maus exemplos nas várias regiões de Portugal. O mesmo acontece quando se analisa o crescimento dos rendimentos no último ano, embora, quanto a este indicador, existam vários distritos em que menos de metade das empresas apresentaram crescimento (Figura 20).

Quando se observa a mesma realidade, mas classificada por segmento de negócio, apenas um segmento, o de operadores de rádio tradicional, apresentou menos de metade das empresas com crescimento. Isto sugere que a sustentabilidade dos negócios de comunicação social não depende apenas do modelo implementado, mas de outros fatores como as características geográficas da região.

FIG. 20 - SETOR COM GRANDES DIFERENÇAS REGIONAIS



Fonte: Plataforma da Transparência dos Média 4/7/2023.Elaboração ERC.

Em termos de dimensão, verifica-se que mais de 60 % das empresas que reportaram informação na Plataforma da Transparência apresentaram, relativamente a 2022, rendimentos inferiores a 100 mil euros e 27 % entre 100 mil euros e 500 mil euros. Por outro lado, apenas 4 % apresentou rendimentos superiores a dez milhões de euros.

Estas últimas representaram 88 % dos ativos e capitais próprios do setor, 91 % dos rendimentos, 79 % dos resultados das operações e 104 % dos resultados líquidos (percentagem explicada pelo facto de o somatório dos resultados líquidos das empresas com rendimentos menores que 100 mil euros e entre 500 mil euros e dez milhões de euros ser negativo).

Em termos operacionais, apenas as empresas com menos de 100 mil euros de rendimentos e as empresas com rendimentos entre os 500 mil euros e o milhão de euros somaram resultados operacionais negativos. No que diz respeito a margens das operações não existem grandes diferenças entre dimensões de empresas, variando entre os 4 % e os 7 %.

Foram as empresas de menor dimensão que apresentaram uma maior proporção de entidades com capitais próprios e resultados negativos. Estes dados sugerem que as menores empresas são as que continuam a deparar-se com maiores desafios.

O setor é granular, composto por muitas pequenas empresas, em especial nos segmentos mais tradicionais, como as publicações periódicas e as rádios hertzianas. São estas empresas que enfrentam maiores dificuldades face à alteração paradigmática da forma como os conteúdos são consumidos e dos interesses e composição dos consumidores, limitando ou inibindo a capacidade de crescimento.

Em termos de dimensão, verifica-se que as empresas com rendimentos superiores a dez milhões de euros apenas representaram 4 % da totalidade de entidades, mas 88 % dos ativos e capitais próprios do setor e 91 % dos rendimentos.

Mais de metade das empresas de cada segmento de negócio apresentou crescimento de rendimentos em 2022. Com exceção dos operadores de distribuição de TV, as margens operacionais são baixas, situando-se em geral abaixo dos 20 %. Nos negócios com margens mais altas surge frequentemente exposição a operações digitais.

Para além do critério da dimensão das operações, geograficamente também existe concentração da atividade de comunicação social em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Região Autónoma da Madeira (RAM), Braga e Leiria e existem vários distritos em que menos de metade das empresas apresentou crescimento. É interessante notar que, quando se observa o crescimento dos rendimentos por segmento de negócio, apenas um segmento, o de operadores de rádio tradicional, apresentou menos de metade das empresas com crescimento.

A sustentabilidade dos negócios de comunicação social não depende apenas do segmento de produto desenvolvido, mas de outros fatores como as características geográficas da região que cobrem.

4. PRINCIPAIS EVENTOS EM 2022

Janeiro

- Grupo Impresa alvo de ciberataque, que levou à retirada do ar de vários sites. O grupo apresentou queixa no Departamento de Investigação e Ação Penal de Lisboa, Comissão Nacional de Proteção de Dados e Comissão de Mercado de Valores Mobiliários. O ataque foi desenvolvido pelo Lapsus\$ Group;
- Autoridade francesa de proteção de dados (CNIL) aplica coimas à Google (150 milhões de euros) e Meta Irlanda (60 milhões de euros) alegando que é mais fácil aceitar *cookies* que rejeitá-los, o que desincentiva a rejeição;
- Parlamento Europeu aprova o *Digital Services Act*, que inclui medidas para combater conteúdos, produtos e serviços ilegais *online*, designadamente serviços pirata e notícias falsas, regras de utilização de *cookies* e remoção de conteúdos.

Fevereiro

- *Media Capital* aliena o seu braço radiofónico ao grupo alemão Bauer por 69,6 milhões de euros;
- Facebook (Meta) anuncia que, pela primeira vez na sua história, perdeu utilizadores. Os dados dizem respeito ao 4.º trimestre de 2021;
- 21 meios de comunicação social aderem ao programa “*Objectif Désinfox*”, criado pela Google France e France Presse para combater a desinformação que possa estar associada às eleições presidenciais e legislativas de 2022;
- Google anuncia a alteração da ferramenta de identificação dos utilizadores no sistema operativo móvel android, com o objetivo de aumentar a proteção da privacidade nos dados partilhados com empresas de publicidade. A Apple já havia tomado uma decisão semelhante no passado.

Março

- Disney anuncia o lançamento de uma nova versão da sua plataforma de *streaming*, o Disney+, que, para além dos conteúdos que já são disponibilizados, vai ter publicidade, para que o preço seja significativamente inferior ao da versão normal do serviço. A novidade deve chegar no final do ano aos Estados Unidos da América (EUA) e ao resto do mundo em 2023.

Abril

- Jornais aumentam o preço em banca para fazer face à inflação, entre 10 e 50 cêntimos, em função do tipo de publicação periódica;
- Google Search vai ajudar a identificar *Fake News* através da introdução de diversas funcionalidades no seu motor de busca, por exemplo, um rótulo no *Top Stories* que diz “Altamente Citado” em artigos que tenham sido mencionados como fonte por múltiplas organizações noticiosas, entre outras. A funcionalidade deverá ser lançada primeiramente em dispositivos móveis em inglês e nos EUA;
- Google anuncia o primeiro programa Desafio de Inovação do *Google News Initiative* (GNI), dirigido a empresas de *media* europeias, com um financiamento de até 150 000 euros. O Desafio da Inovação está aberto a publicações estabelecidas, publicações apenas *online*, *startups* de notícias, parcerias colaborativas e *freelancers* com base na Europa. Os candidatos elegíveis deverão ter redações com menos de 50 jornalistas em tempo integral, sendo que as empresas que empreguem mais de 50 jornalistas em tempo integral poderão na mesma inscrever-se e serão consideradas pela Google. Este novo programa vem na sequência da iniciativa anterior do GNI para a região, o Fundo de Inovação do *Digital News Initiative* (DNI);

- Lançamento da Warner Bros. Discovery, a nova gigante do *streaming* e do audiovisual, resultado da fusão dos grupos de entretenimento WarnerMedia e Discovery, um negócio avaliado em cerca de 40 mil milhões de euros. É detentora de marcas como a HBO, a CNN, a DC Comics e a Eurosport e espera alcançar receitas de 48 mil milhões de euros, já em 2023. A nova empresa anunciou também o encerramento do serviço de *streaming* da CNN, a CNN+;
- CMTV começa a emitir em Cabo Verde, depois das operações em Angola e Moçambique;
- NOS acorda vender à Cellnex Telecom um conjunto de ativos de comunicações móveis, tais como torres e coberturas de edifícios, por 155 milhões de euros.

Maio

- Google anuncia que já tem acordos com 300 publicações na Alemanha, Hungria, França, Áustria e Países Baixos e que está a negociar outros, para licenciar conteúdos de *media* na União Europeia, nos termos da diretiva dos direitos de autor. A par destes, tem desenvolvido outras iniciativas para ir ao encontro da crescente pressão regulatória nesta matéria e dá o exemplo do programa de licenciamento Google News Showcase, que já é subscrito por 750 publicações na Europa;
- Consultora Muso afirma que o consumo ilegal de conteúdos com direitos de autor voltou a disparar. Entre janeiro e março foram detetadas 52,5 mil milhões de visitas a sites piratas em todo o mundo, o que representa um aumento de 29,3 % em comparação com o período homólogo de 2021. O estudo realizado identifica os cinco mercados mais afetados por esta tendência: editorial (+ 58,5 %), cinema (+42,5 %), televisão (+19,2 %), música (+13,9 %) e *software* (+9,6 %);
- Lusa é alvo de ciberataques, ataques de negação de serviço em maio e junho.

Junho

- Visapress anuncia que a rede social Telegram encerrou 11 canais que violavam direitos autorais, na sequência do pedido de bloqueio dos grupos e canais efetuado pela entidade à Inspeção-Geral das Atividades Culturais. De acordo com um estudo da Obercom²², entre aqueles que foram encerrados encontra-se o grupo Jornais e Revistas (PT)[®], com mais de 60 mil membros, assim como os dois grupos de *backup*. No entanto, a medida revelou-se insuficiente para uma resolução efetiva do problema, uma vez que o grupo reabriu, com o mesmo nome (mudando apenas o seu ícone de imagem), e a 15 de junho contava com mais de oito mil membros. Por sua vez, o Jornais e Revistas Nacionais *gh* foi encerrado e reabriu com o nome Jornais e Revistas de Portugal. Outros continuaram ativos, como o Quiosque, (sendo criado o grupo de *backup* O Novo Quiosque), o JornaisPT Internacional e o *gh*Jornais e Revistas*gh*;
- O serviço de *streaming* Netflix planeia despedir 316 funcionários em todo o mundo, num movimento para ajustar as contas devido à perda de subscritores. Trata-se da segunda ronda de despedimentos da empresa que, em maio, havia despedido outros 150 trabalhadores na sequência da estagnação da atividade. Segundo o último balanço divulgado em abril, a Netflix perdeu 200 000 subscritores durante o primeiro trimestre de 2022, período em que obteve um lucro líquido de 1597 milhões de dólares (1519 milhões de euros), abaixo dos 1706 milhões de dólares (1622 milhões de euros) alcançados nos três primeiros meses do ano anterior.

22 “Distribuição digital não autorizada de jornais em Portugal - Dados, impactos e perspetivas: os casos de WhatsApp e Telegram”, Obercom, junho de 2022.



Julho

- Grupo parlamentar do PS entrega um projeto de lei para assegurar o acesso às campanhas de publicidade institucional do Estado aos órgãos de comunicação social direcionados às comunidades portuguesas no estrangeiro, defendendo ser uma «questão de equidade» e «de reforço dos laços que ligam o país às suas comunidades», de modo «a garantir uma maior coesão dos portugueses independentemente de onde estejam». Os deputados socialistas justificam ser «fundamental alterar a lei e dar aos órgãos de comunicação social das comunidades as mesmas oportunidades e visibilidade que têm os nacionais, locais e regionais»;
- União Europeia aprova Regulamento dos Mercados Digitais, que prevê multas até 20 % do volume de negócios total perante violação sistemática. Esta Lei dos Mercados Digitais visa a criação de regras sobre o que as empresas tecnológicas, nomeadamente as que têm um estatuto de *gatekeepers* (intermediárias de conteúdos), são ou não autorizadas a fazer na UE, uma espécie de lista negra com regras para estas grandes plataformas. O regulamento entrará em vigor seis meses depois de ser publicado no Jornal Oficial da União Europeia;
- Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) divulga que não vai impor à Meo, Altice Portugal, a revisão dos preços da televisão digital terrestre (TDT), de acordo com o sentido provável de decisão. Cabe à Anacom «avaliar anualmente a necessidade de revisão dos preços praticados pela Meo - Serviços de Comunicações e Multimédia - relativos à prestação do serviço de TDT, nos termos da Lei n.º 33/2016, de 24 de agosto».

Agosto

- Disney aumenta o seu número de assinantes em todo o mundo e ultrapassa pela primeira vez a Netflix. Estes dados são resultado agregado dos serviços de *streaming* Disney+, Hulu e ESPN+, estes últimos sem presença em Portugal. Ainda assim, a plataforma pretende avançar para um aumento de 38 % no preço das suas assinaturas sem publicidade e para a introdução de subscrições com publicidade.

Setembro

- Grupo Eleven, que detém os direitos da Liga dos Campeões em Portugal, é adquirido pela DAZN, uma plataforma de *streaming* de desporto global, presente em mais de 200 países. A transação abrange ainda a Team Whistle, uma subsidiária do grupo Eleven que é especializada em conteúdos desportivos para as redes sociais;
- Grupo Sonae desfaz a parceria com Isabel dos Santos na NOS, na sequência do caso Luanda Leaks. A Sonacom colocou um ponto final no acordo com as sociedades da empresária angolana na Zopt, empresa que controlava mais de 50 % da empresa de telecomunicações portuguesa e da qual também deixou de ser acionista através da resolução do acordo parassocial que regia as relações entre acionistas da Zopt. Em troca recebeu ações representativas de 26,075 % da NOS e uma soma em dinheiro. O grupo Sonae passa assim a deter uma participação de controlo de 36,8 % na NOS, incluindo a posição de mais de 9 % da *holding* Sonae SGPS;
- Os meios de comunicação social portugueses Afrolis e Jornal Guimarães vencem o programa Desafio de Inovação da Google News Initiative (GNI). O programa premiou 47 empresas de 21 países, tendo sido registados 605 candidatos de 38 países da Europa, Médio Oriente e África.

Outubro

- Vodafone Portugal fechou um acordo com a Llorca JVCO, acionista da Masmóvil Ibercom, para a compra da Nowo, o quarto maior operador de telecomunicações em Portugal, com cerca de 250 mil subscritores do serviço móvel. A operação ainda se encontra dependente da aprovação dos reguladores das telecomunicações e concorrência. Incertezas subsistem face às licenças de 5G das duas empresas. Em quota de subscritores de acesso à internet em banda larga móvel, a quota da Meo foi de 36,6 %, seguida pela NOS (30,8 %), Vodafone (29,1 %) e Nowo (2,3 %). Com esta fusão, a Vodafone e a Nowo ultrapassam, assim, a NOS;

- Barómetro de plataformas de *streaming* produzido pela Marktest indica que 44,1 % dos portugueses subscreviam pelo menos um serviço no final do segundo trimestre. Contudo, a intenção de subscrição desacelerou;
- Tribunal judicial da comarca de Lisboa Oeste, juízo de comércio de Sintra, declara insolvência da Descobrirpress, do grupo Impala. A Descobrirpress é presidida por Jacques Rodrigues, dono do grupo Impala, e tem como atividade a edição de revistas e de outras publicações periódicas;
- Google anuncia o pagamento de serviços a 130 empresas de imprensa francesas no âmbito do seu novo serviço noticioso Google *Showcase*;
- Netflix anuncia um novo modelo de assinatura mensal, que inclui anúncios a troco de reduzir o custo, para atrair e manter clientes. A lógica desta decisão de gestão passa por, mesmo tendo uma subscrição mais barata — com a publicidade —, conseguir margem para gerar mais receita por subscritor;
- Um estudo da consultora Oxford Economics conclui que o YouTube contribuiu, em 2020, com 50 milhões de euros para a economia portuguesa, contando com cerca de 3900 postos de trabalho associados à sua atividade.

Novembro

- De acordo com a empresa britânica Muso, durante os primeiros oito meses de 2022, o tráfego para *sites* piratas em todo o mundo subiu 21,9 %, quando comparado com o mesmo período do ano anterior: este crescimento corresponde a 141,7 mil milhões de visitas. Os conteúdos mais populares nestes *sites* são os televisivos (séries, por exemplo), com 46,6 % do total dos conteúdos pirateados. A seguir vem a imprensa (revistas e jornais), com 27,8 %; os filmes, com 12,4 %; e a música, com 7 %. Em termos homólogos, a pirataria cresceu em todos os segmentos medidos;
- BenficaTV e Sporting TV juntaram-se à Playce, uma plataforma que analisa as preferências televisivas de cada lar e segmenta a publicidade emitida de acordo com os resultados;
- O primeiro consórcio português de jornalismo de investigação, Rede de Jornalistas de Investigação, é lançado, sendo o primeiro trabalho sobre o discurso de ódio por polícias da PSP e militares da GNR;
- De acordo com a Visapress, a imprensa portuguesa perdeu 22 milhões de euros no primeiro semestre deste ano, devido à partilha ilegal de jornais e revistas nas redes sociais;
- Aprovada a dedução à coleta, concorrendo para o limite referido no n.º 1 [250 euros - deduções concedidas através da totalidade ou parte do IVA suportado nos gastos de restaurantes, cabeleireiros, oficinas ou passes de transportes], um montante correspondente à totalidade do IVA suportado por qualquer membro do agregado familiar, que conste de faturas relativas a aquisição de assinaturas de publicações periódicas (jornais e revistas), incluindo digitais, tributados à taxa reduzida do IVA, e comunicadas à Autoridade Tributária e Aduaneira.

Dezembro

- Altice Portugal requer junto das entidades competentes a renovação dos direitos de transmissão de utilização de frequências da Televisão Digital Terrestre. Autoridade Nacional de Comunicações tem seis meses para decidir se renova os direitos de utilização de frequências da Televisão Digital Terrestre (TDT) à empresa, através da Meo, ou se avança com um novo processo de seleção de um fornecedor;
- TVI Player tem uma nova plataforma de distribuição: a Fire TV, da Amazon, que se junta, assim, aos operadores MEO, NOS, Nowo e Vodafone. Assim, quem tiver um dispositivo Amazon Fire TV em Portugal pode aceder à app, sem custos associados. Fora do país, os subscritores do TVI Player internacional podem aceder a todos os conteúdos do pacote pago;
- Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) considera que a compra da Nowo pela Vodafone poderá ter efeitos nocivos, nomeadamente ao nível de preços e da própria concorrência. O parecer da Anacom foi entregue à Autoridade da Concorrência (AdC) considerando «inteiramente justificada uma avaliação aprofundada à operação». A ser aprovada, esta deverá ser acompanhada de “remédios”, admitindo a Anacom a devolução da licença 5G da Nowo;

- Antigos e atuais trabalhadores do grupo Impala avançam com um incidente de qualificação, procedimento que tem como objetivo a declaração pelos tribunais de que os administradores e acionistas são obrigados a entregar o seu património para pagar as dívidas acumuladas ao longo dos anos que resultam do não pagamento de salários e indemnizações. Os créditos são reclamados no âmbito da declaração de insolvência de uma das empresas do grupo, a Descobrirpress — Serviços Editoriais e Gráficos;
- Impresa e Playce estabelecem uma parceria estratégica para integrar os canais SIC nesta plataforma publicitária, que permite aos anunciantes direcionar a publicidade em televisão consoante o tipo de público. Com esta parceria, a SIC, SIC Notícias, SIC Mulher, SIC Radical, SIC Caras e SIC K juntam-se aos mais de 110 canais de televisão que já aderiram a este formato de publicidade;
- Estudo do grupo Insider Intelligence revela que a Meta e a Alphabet, empresas responsáveis por Facebook e Google, respetivamente, perderam o domínio no mercado da publicidade na internet nos EUA em 2022. Estas gigantes tecnológicas detêm agora 48,4 % do mercado (menos 2,5 % do que o ano passado). A previsão para 2024 aponta para que a quota caia para 43,9 %.

Aquisição pela Bauer *Media* Áudio Holding GmbH do controlo exclusivo sobre a MCR II Media Capital Rádios, S.A., do Grupo *Media* Capital.

A Autoridade da Concorrência, e consequentemente a ERC, foram notificadas de uma operação de concentração por via da qual a Bauer *Media* Audio Holding GmbH (BMA, Adquirente ou Notificante) se propõe adquirir o controlo exclusivo da MCR II – *Media* Capital Rádios, S.A. (MCR ou Adquirida).

A BMA é uma sociedade anónima alemã, principal emissora de rádio comercial e digital da Europa, com uma audiência semanal de mais de 57 milhões de ouvintes. Está presente em oito países europeus – Dinamarca, Eslováquia, Finlândia, Irlanda, Noruega, Polónia, Suécia e Reino Unido – através de diversas marcas de rádio líderes nos respetivos países, tais como Absolute Radio, KISS, Mix Megapol, Radio 100, Radio Express, RMF, Radio Norge e Radio Nova.

A BMA é totalmente detida pela empresa Heinrich Bauer Verlag KG, a *holding* do Grupo Bauer *Media* (GBM), através da participação de 100 % que esta detém na Heinrich Bauer Verlag Beteiligungs GmbH (HBVB). O GBM é um grupo familiar que se dedica a quatro áreas de negócio distintas – editorial, áudio, *sites* de comparação e serviços direcionados para pequenas e médias empresas (mercado digital e *software as a service* - SaaS) – e integra mais de 150 marcas, contando com mais de 15 000 trabalhadores em 14 países diferentes.

A MCR é uma sociedade portuguesa integralmente detida pela *Media* Capital. É um dos principais grupos de rádio a operar em Portugal e detém cinco marcas de rádio – Cidade FM, M80, Rádio Comercial, Smooth FM e Vodafone FM. A MCR tem igualmente presença assinalável no universo de rádio digital, contando com 30 rádios *online* e mais de 60 *podcasts*.

A atividade da Adquirida é exclusivamente desenvolvida em Portugal e, no caso da Notificante, situa-se em vários países da Europa, excetuando, entre outros, Portugal.

A rádio em suporte hertziano, por questões técnicas e em obediência a determinada orientação político-legislativa, vê a sua difusão confinada ao território e, concomitantemente, ao mercado nacional. A posição geográfica de Portugal, tendo como única fronteira terrestre Espanha, a par das diferenças linguísticas e culturais entre estes países, por si só justificam que o âmbito do mercado em análise seja o território português.

Relativamente à transmissão de conteúdos radiofónicos *online*, apesar da abrangência global das plataformas, da concentração de fornecedores de publicidade nesse meio em duas empresas globais, da hegemonia da língua inglesa, o facto de os *sites* das rádios MCR se encontrarem em português, sem opção de tradução, com conteúdos direcionados para os cidadãos portugueses, elaborados por portugueses, são razões suficientes para se considerar que, também aqui, o mercado geográfico relevante é o nacional.

Assim, pode dizer-se que os âmbitos geográficos de intervenção de ambas as empresas não têm qualquer sobreposição.

O risco de concentração de titularidade também se afigurou inexistente, uma vez que as empresas intervenientes não têm proprietários, diretos ou indiretos, comuns.

A transação pode mesmo constituir-se como um fator de aprofundamento do pluralismo na medida em que - ao introduzir um novo proprietário no ecossistema mediático nacional - dinamize a importação e exportação de novos conteúdos e formatos entre Portugal e os restantes mercados geográficos e de produto onde se encontra presente.

De acordo com a Notificação, «através da transação proposta a BMA pretende utilizar a sua experiência, conhecimentos e recursos financeiros, enquanto líder de mercado da rádio a nível europeu, para estimular o crescimento do negócio maduro das adquiridas. Por outro lado, o grupo *Media Capital* pretende acelerar o desenvolvimento das suas áreas de produção audiovisual e digital, concentrando os seus recursos nestes setores».

A possibilidade de encerramento de órgãos de comunicação social foi considerada inerente ao regular exercício da atividade em causa e decorrente de opções estratégicas que podem ser tomadas a qualquer momento pelos órgãos próprios de decisão pertinentes, independentemente da sua composição e, conseqüentemente, da operação de concentração.

Em face do exposto, não se afigurou que a concentração projetada pudesse conduzir a um cenário de restrição ou mesmo de eliminação da concorrência nos mercados geográfico e de produto relevantes e, por esta via, pôr em causa o pluralismo e a diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a conteúdos, pelo que o Conselho Regulador da ERC não se opôs à concretização da transação.

Aquisição do controlo exclusivo da Cabonitel, S.A., pela Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A.

A Autoridade da Concorrência, e conseqüentemente a ERC, foram notificadas de uma operação de concentração por via da qual a Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A. (Vodafone Portugal, Adquirente ou Notificante) se propõe adquirir o controlo exclusivo da Cabonitel, S.A. (doravante Cabonitel ou Adquirida).

Por via da aquisição do controlo exclusivo da Cabonitel, a Vodafone Portugal irá igualmente adquirir a subsidiária controlada pela Cabonitel, a Nowo Communications, S.A. (Nowo), da qual detém a totalidade do capital social (100 %).

A Vodafone Portugal é uma operadora de comunicações eletrónicas multisserviço ativa em Portugal, onde fornece comunicações fixas e móveis, serviços de internet fixa e móvel, serviços de televisão por subscrição e pacotes de telecomunicações. Faz parte do Grupo Vodafone, ativo a nível mundial no setor das telecomunicações.

A Cabonitel é detentora da totalidade do capital social da Nowo, que oferece serviços de comunicações eletrónicas em Portugal Continental, incluindo comunicações fixas, serviços móveis (enquanto “MVNO”), serviços de internet fixa, serviços de televisão por subscrição e pacotes de telecomunicações.

Na dimensão geográfica, a atividade da Cabonitel e da Vodafone Portugal é exclusivamente desenvolvida em Portugal, sendo este, assim e precisamente, o seu mercado geográfico relevante.

Na dimensão de produto, e tratando-se de uma operação de concentração horizontal, os mercados onde a Vodafone Portugal e a Cabonitel estão presentes são muito semelhantes. As empresas envolvidas na transação estão presentes no mercado de comunicações eletrónicas, designadamente nos mercados retalhistas de telefonia fixa, de serviços de acesso à internet em banda larga para clientes residenciais, de serviços de televisão por subscrição para clientes residenciais e de ofertas *multiple play* para clientes residenciais, bem como no mercado de serviços de telecomunicações móveis (telefonia móvel de voz e de mensagens e acesso à internet através do telefone móvel), e ainda nos mercados grossistas de terminação de chamadas num local fixo, de segmentos de terminação e de trânsito de circuitos alugados, e de acesso físico à rede.

Estes mercados situam-se fora do âmbito de intervenção da ERC.

A Cabonitel, através da Nowo, e a Vodafone Portugal operam no mercado de televisão por subscrição sem acesso condicionado (assinaturas), no mercado de televisão por subscrição com acesso condicionado (premium) e no mercado de direitos de transmissão televisiva temáticos e generalistas.

A Vodafone Portugal, através da sua participada Sport TV, também desenvolve atividades de operador de televisão e está presente no mercado de direitos de transmissão televisiva temáticos, no mercado de distribuição de conteúdos audiovisuais temáticos e no mercado de venda de espaços publicitários em canais de televisão.

Em termos agregados observa-se que o mercado de STVS total, apesar de contar com poucos intervenientes, é dominado por duas empresas com posições de mercado próximas – a Meo e a NOS.

No primeiro semestre de 2022, 94,8 % das famílias dispunham de STVS. A Meo foi o prestador com a quota de assinantes do serviço de distribuição de sinais de TV por subscrição mais elevada (40,8 %), seguindo-se o Grupo NOS (37,4 %), a Vodafone (18,6 %), e a Nowo (3,1 %). A Vodafone e a MEO foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao mesmo período do ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 0,7 p.p. e 0,4 p.p., respetivamente. Por outro lado, diminuíram as quotas do Grupo NOS (-0,8 p.p.) e da Nowo (-0,3 p.p.).

Neste cenário, a aquisição da Cabonitel pela Vodafone Portugal colocaria na posse desta última uma quota de mercado de 21,7 %, ao retirar um concorrente do mercado, aumentando a respetiva concentração. Após a Transação, a Vodafone Portugal manter-se-ia o terceiro maior operador de STVS no país, com quota de mercado em termos de assinantes inferior às dos dois principais *players*, mas, desta feita, mais próxima.

Na perspetiva da ERC, os eventuais riscos inerentes à transação proposta não residem em eventuais questões relacionadas com a liberdade de expressão, o pluralismo e diversidade nos mercados geográficos e de produto identificados, uma vez que, salvo exceções muito pontuais, a oferta da Nowo já é duplicada na Vodafone Portugal e nos restantes intervenientes do mercado.

Os principais concorrentes da Nowo têm uma forte presença no mercado de conteúdos desportivos através da Sport TV (atualmente detida pela Olivedesportos, MEO, NOS e Vodafone Portugal, em partes iguais), uma oferta que a Nowo não tem desde 2018, por não ter chegado a acordo com a empresa.

A aquisição da Cabonitel pela Vodafone Portugal iria reforçar a posição competitiva da Vodafone Portugal ao colocar a sua quota de mercado mais próxima dos principais concorrentes. Por outro lado, afigura-se preferível que a venda seja realizada a empresas com menor poder de mercado que os dois maiores.

O risco de concentração de titularidade é inexistente, uma vez que as empresas intervenientes não têm proprietários, direitos ou indiretos, comuns.

Relativamente à possibilidade de encerramento de órgãos de comunicação social, estando a oferta de conteúdos da Nowo já replicada na oferecida pela Vodafone Portugal, a ocorrerem encerramentos ou exclusões de acesso a conteúdos, mais concretamente encerramento ou restrição de acesso a canais de televisão, o mais provável é que os mesmos sejam inerentes ao regular exercício da atividade em causa e decorram de opções estratégicas que podem ser tomadas independentemente da presente operação de concentração.

Em face do exposto, não se afigura que a concentração projetada possa pôr em causa o pluralismo e a diversidade de opiniões, a par da livre difusão de/acesso a conteúdos, pelo que o Conselho Regulador da ERC não se opôs à concretização da transação.

5. PERSPETIVAS FUTURAS

Novos formatos e concorrência acrescida irão continuar a fomentar a evolução do setor de *media*.

De acordo com as previsões da Magna Global²³ para 2023, os gastos com publicidade globais deverão crescer cerca de 5 %, abaixo do registado nos anos anteriores, por causa da esperada desaceleração macroeconómica.

Na televisão, as receitas de publicidade nas várias plataformas deverão descer 4 %, resultado da erosão das audiências e da diminuição de publicidade nos principais anunciantes. Por outro lado, o crescimento de publicidade não convencional, como no AVoD, a inflação, a procura por marcas de *media* seguras e credíveis e a resiliência das audiências de eventos desportivos, podem ser importantes mitigantes.

Os formatos de publicidade em áudio deverão crescer apenas 1 % em 2023, a refletir a expansão dos formatos digitais e a contração da rádio tradicional. Já as publicações periódicas deverão ver uma contração de 3 % nas receitas de publicidade, resultado das limitações ao armazenamento de dados e à publicidade direcionada.

O aumento de buscas e da percentagem de resultados de buscas que originaram o *click* em *itens* patrocinados deverá explicar um crescimento de 10 % em 2023 nas receitas de publicidade baseadas em buscas de palavras-chave.

A introdução de serviços de *streaming* baseados em publicidade e o sucesso dos formatos de áudio digital são exemplos de que os modelos de negócio de *media* baseados em publicidade ainda são importantes para as empresas de *marketing*, consumidores e empresas de *media*.

A Deloitte Global²⁴ prevê que, no final de 2023, 2/3 dos consumidores no mundo desenvolvido irão utilizar, pelo menos, um serviço de VoD com publicidade – mais 5 % que no ano anterior – e que todos os serviços de VoD terão lançado um serviço com publicidade. No final de 2024, metade destes fornecedores de serviços terão um serviço de VoD grátis e financiado unicamente através de publicidade e em 2030 a maioria dos serviços de VoD *online* serão parcialmente ou totalmente financiados por publicidade. Assim, as empresas de *streaming* irão juntar-se aos operadores de televisão que há mais de dez anos lançaram serviços de *streaming* com publicidade. Em Portugal temos o exemplo da RTP Play.

O *streaming* com publicidade parece ser uma inevitabilidade. De acordo com o inquérito conduzido pela consultora para o estudo citado, quando questionados acerca de que tipo de serviço de *streaming* escolheriam, os consumidores, maioritariamente indicaram que escolheriam um serviço com publicidade a metade do preço do serviço de subscrição ou totalmente gratuito.

Assim, a diversificação de fontes de receitas também deverá ser uma estratégia a desenvolver pelas empresas de *streaming* no futuro, tal como tem vindo a acontecer com as empresas de *media* tradicionais.

Existem exemplos bem-sucedidos de empresas que anteviram a transformação digital, como o grupo alemão Axel Springer, proprietário de 150 marcas de *media* em mais de 40 países. 85 % das receitas e mais de 95 % dos lucros do grupo têm origem no digital. Este grupo vendeu, pioneiramente, um conjunto de publicações periódicas para realizar aquisições na área digital, algumas das quais sem relação direta com o negócio de *media*, mas que permitem gerar recursos que o apoiam – StepStone, um dos *sites* alemães mais utilizados por quem procura um novo emprego, Idealo, um serviço de comparação de preços, Awin, uma plataforma de *marketing* e a Aviv, um portal imobiliário²⁵.

²³ "Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-Covid Levels - December 6, 2021".

²⁴ "Technology, Media, and Telecommunications Predictions 2023" – Deloitte Insights.

²⁵ "Axel Springer is going all in on America" – The Economist, 23 fevereiro de 2023.

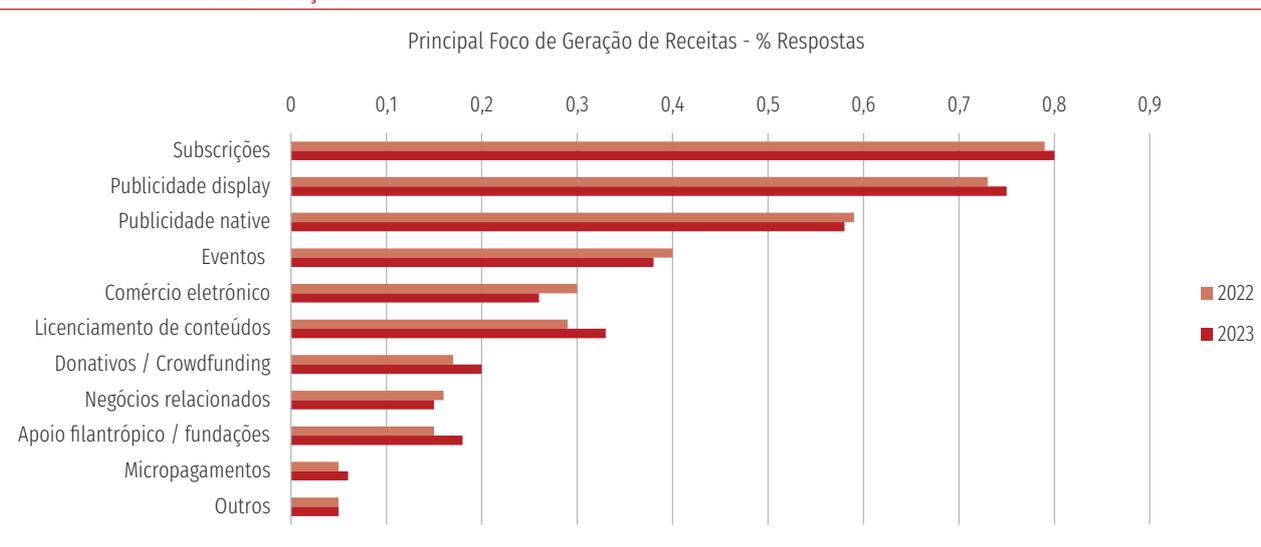
Novos concorrentes das empresas de *media* poderão aparecer no futuro. Os videogames apresentam-se como uma crescente alternativa aos *media*, especialmente como forma de entretenimento. De acordo com a revista *The Economist*²⁶, os consumidores deverão gastar 185 bilhões de dólares em videogames durante 2023, mais de cinco vezes o que planeiam alocar ao cinema e 70 % acima das subscrições de Netflix. Assiste-se também a uma fusão cada vez maior entre temas de videogames que se tornam conteúdos de *media* e vice-versa. A tecnologia, designadamente a evolução dos telefones móveis, coloca os videogames no bolso dos consumidores, como há anos atrás colocou o rádio, a imprensa e mais recentemente a televisão, e na sala de estar, com a evolução das televisões inteligentes.

Interessante notar que estes estão a aproveitar o canal de distribuição para desenvolver um modelo de negócio que inicialmente começou por ser grátis, com base na captação de consumidores para uma atividade da sua preferência, que foi monetizada através de publicidade e posteriormente evoluiu com a introdução de subscrições e compras em lojas virtuais.

Em termos de imprensa, o futuro não se auspicia melhor. De acordo com o relatório anual “*Digital News Report*”²⁷, os *publishers* estão menos confiantes acerca das perspetivas do negócio em 2023 do que estavam em 2022. Menos de metade dos editores, CEO e outros líderes digitais expressou estar confiante acerca do ano 2023. As principais preocupações são o aumento dos custos de produção, menos interesse dos anunciantes e um abrandamento das subscrições. Mesmo os otimistas esperam despedimentos e medidas de cortes de custos em 2023. Por outro lado, 72 % dos *publishers* estão preocupados com o aumento do desinteresse em notícias entre os consumidores, que de forma crescente evitam conteúdos noticiosos, designadamente os conteúdos mais importantes como notícias sobre alterações climáticas e a guerra na Ucrânia.

Já em 2022, a maioria dos respondentes considerou que pelo menos três ou quatro linhas de receitas seriam importantes: licenciamento de conteúdos e inovação em plataformas digitais (29 % dos respondentes), receitas de filantropia e fundações (15 %), seguidas das receitas de realização de eventos. A captação de subscrições digitais deveria ser a principal fonte de receita a desenvolver em 2022 para 79 % dos respondentes, prioritariamente à publicidade nas suas várias formas (Figura 21). Iniciativas como donativos e *crowdfunding* surgem como 7.º mais citado. Já em 2023, estas tendências são reforçadas com o aumento da aposta em subscrições e licenciamento de conteúdos.

FIG. 21 - FOCO EM SUBSCRIÇÕES



Fonte: *Digital News Project* – Jan 2022 e Jan 2023. Elaboração ERC.

Para 2023 foi destacada a importância do licenciamento de conteúdos por plataformas digitais por 33 % dos respondentes, um aumento significativo face a 2022 e reflexo das negociações entre plataformas digitais e *publishers* em curso em vários mercados ao longo dos anos.

26 “As videogames grow, they are eating the media” –*The Economist*, 23 março de 2023.

27 “Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023” – Nic Newman. *Digital News Project* - January 2023.

Consistente com a perda de importância no mercado publicitário pelo Facebook e Google (Figura 7), os *publishers* referem que vão prestar menos atenção ao Twitter e ao Facebook em detrimento do TikTok, Instagram e YouTube, onde as audiências são mais jovens.

As empresas de *media* começam a integrar ferramentas de Inteligência Artificial (IA) na sua atividade como forma de proporcionarem experiências mais personalizadas. 28 % dos respondentes dizem que a IA é uma ferramenta regular das suas atividades e 39 % têm realizado experiências nessa área (Figura 22).

Por outro lado, a necessidade de regular a Inteligência Artificial aumenta, dado o potencial que esta tecnologia tem de gerar resultados adversos no que diz respeito a notícias falsas, fraudes, entre outras ilegalidades (utilização indevida de direitos de autor e dados pessoais).

De acordo com uma análise da NewsGard e da Bloomberg foram encontradas dezenas de *sites* com notícias geradas através de *chatbots* de inteligência artificial, mas nenhum alertava para o facto. Estas empresas encontraram um conjunto de falsidades entre as notícias geradas bem como *sites* que geravam notícias com base na combinação de várias fontes fidedignas (outras empresas de *media*).

Adicionalmente, começam a surgir processos judiciais relativos à utilização não licenciada de conteúdos por empresas de IA – a Getty Images processou a Stability AI por utilizar milhões de fotografias não licenciadas para treinar os modelos.

A Inteligência Artificial já é usada por várias empresas de *media* (Figura 22) em todo o mundo para várias funções. Por exemplo, em Portugal, a agência Lusa utiliza-a para automatizar as notícias de divulgação de resultados de empresas, no Reino Unido a Radar AI cria histórias para jornais locais baseadas em tratamento de dados. Estes exemplos sugerem que a Inteligência Artificial, para além de um criador de notícias falsas, pode ser também um criador de concorrentes de empresas de *media* e um *input* no seu processo de produção.

A União Europeia está a estudar um “IA Act”.

FIG. 22 - MUITOS PUBLISHERS RECORREM À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA RECOMENDAÇÕES



Fonte: Digital News Project – Jan 2023. Elaboração ERC.

Os órgãos de comunicação social locais e regionais deverão continuar sob pressão. O DNI mostra uma migração dos modelos de negócio para a presença exclusiva *online* e a dificuldade de geração de receitas para além da publicidade por este tipo de *media*. As preocupações ambientais podem tornar-se mais um motivo para não consumir edições impressas.

A pirataria é outro fenómeno cada vez mais transversal aos vários tipos de órgãos de comunicação social, como se pode constatar nos dados apresentados na seção de cronologia.

Neste enquadramento, o papel da regulação torna-se ainda mais importante e urgente.

6. PERFIL INDIVIDUAL DOS PRINCIPAIS INTERVENIENTES DO SETOR

Uma análise do setor não ficaria completa sem um olhar mais individualizado e detalhado para as principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes que divulgaram relatório e contas até 1 de junho de 2023.

Agências noticiosas:

LUSA - AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DE PORTUGAL, S.A.

A Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A. (Lusa ou empresa) é a agência de notícias portuguesa de âmbito nacional e tem como objetivo a recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, a produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes (*media* regionais, nacionais e internacionais, empresas e instituições diversas de caráter público e privado) e a prestação ao Estado português de um serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos (Figura 23).

A Lusa tem redação central em Lisboa, um escritório no Porto, jornalistas residentes na grande maioria das capitais de distrito, delegações no estrangeiro, desde a Europa, como, por exemplo, Bruxelas e Madrid, aos PALOP, nas capitais de Cabo Verde, Angola e Moçambique e na Ásia, com uma sucursal em Macau e uma delegação em Timor-Leste. Conta também como uma rede de correspondentes, quer a nível nacional, que asseguram a cobertura da totalidade do território, quer internacional, cobrindo 30 países em todo o mundo.

A Agência Lusa de Informação foi constituída em cooperativa por escritura de 12 de dezembro de 1986, publicada na III Série do Diário da República em fevereiro de 1987. Iniciou a sua atividade em janeiro de 1987 e, na sequência do seu processo de formação, as agências ANOP e NP cessaram a difusão do serviço noticioso. Em julho de 1997, a Lusa foi constituída sob forma de sociedade anónima, com a designação de Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.

Em 2022 foi finalizado o projeto *contrafake*, iniciado em 2019, que se baseia em inteligência artificial para analisar a credibilidade dos conteúdos. Prosseguiu com as iniciativas no campo da inovação tecnológica com base em Inteligência Artificial, a destacar, entre várias, ferramentas que permitam tomar o rasto das notícias Lusa nas redes sociais e sítios de internet. Foi contratualizado um novo serviço no âmbito da Google News *Showcase*, que aumentará a notoriedade dos conteúdos da agência. Resultado dos ciberataques de que foi alvo, reforçou os investimentos na área.

O contrato de prestação de serviço público da Lusa para seis anos foi assinado em agosto e a empresa recebeu a indemnização compensatória respetiva em setembro.

Em dezembro de 2020, o Grupo Impresa celebrou dois contratos promessa de compra e venda com o Grupo Bel, de Marco Galinha e proprietário da Global Notícias-Media Group, também acionista da Lusa. Num dos quais a primeira parte se comprometeu a vender à segunda a posição de 22,35 % que detém na Lusa. A transação concretizou-se no início de 2021 e veio acrescer à participação de 23,36 % que a Global Notícias-Media Group já detinha na empresa.

É detida a 50,15 % pelo Estado Português, a Global Notícias-Media Group tem 23,36 %, a Páginas Civilizadas (acionista dominante da Global Notícias-Media Group) 22,35 %, a NP Notícias de Portugal detém 2,72 %, o Público – Comunicação Social, S.A. 1,38 %, a RTP 0,03 % e a Empresa do Diário do Minho 0,01 %.

Em 2022, a produção editorial da Lusa diminuiu face ao ano anterior, totalizando 267 029 conteúdos noticiosos, mas mantendo-se em cumprimento das metas contratuais estabelecidas com o Estado. Este resultado reflete o efeito extraordinário da cobertura da presidência portuguesa do Conselho da União Europeia em 2021.

As receitas de exploração cresceram 2,2 % face a 2021, para 17 milhões 195 mil euros, a refletir o aumento da indemnização compensatória. Por seu lado, as receitas próprias desceram, na sequência de rescisões contratuais de grandes órgãos de comunicação social e da diminuição de receita de institucionais, uma vez que em 2022 não se verificou o efeito positivo da cobertura da presidência portuguesa do Conselho da União Europeia.

FIG. 23 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Em termos de custos registou-se um aumento dos custos com pessoal e das provisões para processos judiciais, designadamente laborais, que mais que compensaram o crescimento de receitas de exploração e de outros rendimentos. Os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) desceram cerca de 20 %, para 836 milhares de euros, bem como a respetiva margem.

Em 2022, e pela primeira vez desde há vários anos, a Lusa recorreu a financiamento bancário como forma de colmatar a falta de liquidez por ausência de recebimento do Estado do montante relativo à indemnização compensatória até à obtenção do acordo do Tribunal de Contas ao Contrato com o Estado para o período 2022/2027. Este evento gerou oito mil euros de encargos financeiros, mas foi amortizado antes do final do ano. O lucro líquido atingiu 110 mil euros. (Figura 24).

A deterioração da posição de fundo de maneo gerou fluxos de caixa operacionais negativos.

Em 2022 os investimentos realizados relacionaram-se com substituição de equipamentos por obsolescência, racionalização e reestruturação de processos internos, com o objetivo de expandir a capacidade de produção e comercialização da agência, essencialmente incidente em equipamentos de cibersegurança.

A Lusa continuou a não ter qualquer dívida financeira e a percentagem de capitais próprios aumentou para 57 % do ativo.

À semelhança dos anos anteriores, não distribuiu dividendos relativos ao exercício de 2022.

FIG. 24 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015 reexp.	2015	2014
Receitas de exploração	17 195	16 832	16 423	16 795	15 977	15 324	15 314	14 832	14 832	14 594
EBITDA	836	1 048	729	1 381	2 045	1 364	2 626	1 507	495	357
Resultado líquido	110	384	76	655	1 161	721	2 135	1 006	-7	-802
Ativo	10 105	12 834	11 628	11 471	13 150	12 061	11 872	11 788	11 361	12 350
Passivo	4 341	7 131	6 441	6 333	8 646	8 691	9 302	11 353	8 344	9 445
Capital próprio	5 764	5 703	5 187	5 139	4 504	3 370	2 570	435	3 017	2 905

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Conglomerados *media*:

COFINA S.G.P.S., S.A.

A Cofina S.G.P.S., S.A. (grupo Cofina, Cofina ou empresa), edita/explora os seguintes produtos publicados em papel: jornal diário generalista Correio da Manhã, jornal diário desportivo Record, jornal económico Negócios, jornal gratuito Destak, revista semanal generalista Sábado, revista semanal de televisão TV Guia, canal de televisão distribuído em todas as plataformas de cabo Correio da Manhã TV (CMTV), organização e gestão de eventos e exploração dos vários produtos nas plataformas digitais, bem como outros produtos digitais, como por exemplo a Flash e a Máxima, entre outras marcas. O segmento de imprensa inclui a área de BOOST (Eventos, *Activation* e *Publishing*) (Figura 25).

A Cofina é proprietária dos portais Classificadoscm, empregosonline, loja.xl, e passatempos.xl, xl.pt. É também detentora de uma participação de 50 % na distribuidora VASP e de 100 % da empresa de impressão de jornais Grafdisport.

No dia 1 de setembro de 2022, o Grupo Cofina, através da subsidiária Cofina *Media*, como acionista única da subsidiária Grafedisport – Impressão e Artes Gráficas, S.A., deliberou em Assembleia Geral a dissolução e liquidação desta entidade.

A participação na empresa Nossa Aposta (nossaposta.pt) foi alienada em 2022 e a participação na VASP classificada como ativo não corrente detido para venda, na sequência da realização de um acordo parassocial que contém uma opção de compra e uma opção de venda, exercíveis ao longo de 2023.

Fundada em 1990, tem expandido a atividade quer por via de crescimento orgânico, quer através de aquisições, ambicionando deter uma forte presença em todos os segmentos de *media* em Portugal e em mercados naturais. A estratégia de desenvolvimento da companhia assenta no crescimento orgânico e no lançamento de novos produtos de *media*, em todos os segmentos, quer por via de aquisições, quer através de novos lançamentos.

No final de 2018, a Cofina alienou a operação que detinha no Brasil através da subsidiária AdCommedia e da associada Destak Brasil, passando a operar apenas em Portugal.

Em 2019, na sequência da celebração de um contrato de compra e venda de ações com a Prisa, a Cofina lançou uma oferta pública geral e voluntária de aquisição da totalidade das ações representativas do capital social do Grupo Media Capital. Já em 2020, anunciou que não iria realizar o aumento de capital necessário à concretização da aquisição, bem como a resolução do contrato de compra e venda com o acionista da empresa alvo, e a extinção do procedimento da oferta pública de aquisição das ações.

Em 2021, adquiriu 16,67 % do capital da VASP – Distribuidora de Publicações, S.A. à Impresa.

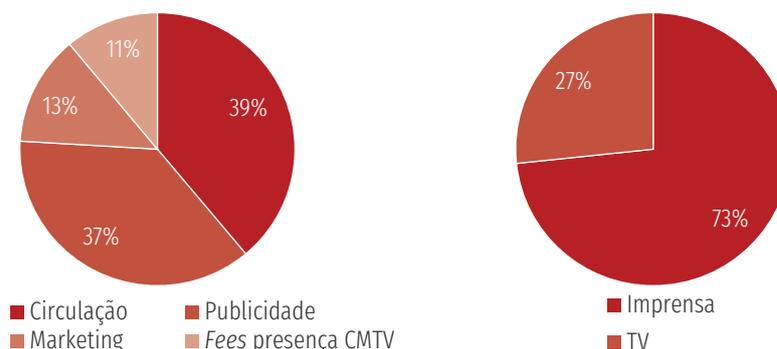
As ações da Cofina estão cotadas na Euronext Lisboa e são detentores de direitos de voto, através de sociedades veículo, Ana Menêres de Mendonça, com 20 %, João Borges de Oliveira, com 15 %, Paulo dos Santos Fernandes, com 13,9 %, Domingos Vieira de Matos, com 12,1 % e Pedro Borges de Oliveira, com 10 %.

Em 2022, as receitas de exploração da Cofina ascenderam a 76 milhões e 37 mil euros, o que correspondeu a um crescimento de 0,2 % em relação ao ano anterior. As receitas de publicidade registaram um crescimento de 5,0 % e as receitas de *marketing* alternativo e outras cresceram 9,5 %, tendo as receitas de circulação registado um decréscimo de 8,5 %.

No segmento de imprensa, as receitas foram de 55 milhões 760 mil euros, o que voltou a representar um decréscimo, este ano, de 4,5 % face ao ano anterior. As receitas de circulação contraíram-se 8,5 % e as receitas provenientes de publicidade 7,2 %. As receitas associadas aos produtos de *marketing* alternativo e outros caíram 16,1 %.

Na TV, as receitas ascenderam a 20 milhões 277 mil euros, um crescimento face a 2021 de cerca de 16 %, resultado da expansão em 28 % das receitas de publicidade e em 2,5 % do *fee* de presença da CMTV nas grelhas dos operadores de distribuição.

FIG. 25 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Os custos operacionais foram superiores aos do ano anterior, o que se explica pelo impacto da cobertura da guerra na Ucrânia, bem como da inflação, nomeadamente, do preço do papel, da eletricidade e dos combustíveis.

Durante o período em análise, o Grupo registou imparidades de *goodwill* no montante de 3,6 milhões de euros, assim como custos não recorrentes relacionados com a liquidação da Grafedisport – Impressão e Artes Gráficas, S.A., no montante de um milhão de euros.

O EBITDA, excluindo imparidade de *goodwill* e custos não recorrentes, foi de 13 milhões 556 mil euros, menos cerca de 8 % que em 2021 e a margem respetiva deteriorou-se.

O resultado líquido do exercício ascendeu a 10 milhões 451 mil euros, um crescimento de 147,4 % face ao ano anterior, resultado do reconhecimento na rubrica Imposto sobre o rendimento, do efeito da reversão da provisão em resultado do desfecho favorável ao Grupo de processos fiscais.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais piorou face a 2021, mas ainda assim foi suficiente para cobrir os investimentos em ativos fixos e intangíveis, que cresceram.

A Cofina apresentou um perfil financeiro ligeiramente melhor que em 2021. O rácio dívida líquida / EBITDA, indicador de capacidade operacional para pagar a dívida, encerrou 2023 em 1,9x, marginalmente abaixo do registo anual precedente. Os fluxos gerados pelas operações cobriram cerca de 22 % da dívida total.

Tanto os fluxos de caixa operacionais quanto o EBITDA de 2022 não seriam, por si só, suficientes para amortizar a dívida que se vence em 2023. No final de 2022 a Cofina dispunha de linhas de financiamento, não utilizadas, de cerca de 18 milhões de euros.

É de destacar a elevada proporção de endividamento contraída através de instrumentos de mercado, como o papel comercial, e uma menor dependência do setor bancário, diretamente. A proporção de capitais próprios para o ativo subiu de novo e atingiu 44 %.

Neste enquadramento, e contrariamente aos anos anteriores, a Cofina propôs a distribuição de três milhões e 77 mil euros de dividendos relativos a 2022, correspondentes a cerca de 29 % do resultado consolidado.

FIG. 26 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	76 037	75 849	71 444	88 024	89 293	91 058	99 926	100 676	106 077
EBITDA	13 556	14 772	13 896	16 772	14 927	13 621	13 512	15 040	16 243
Resultado líquido	10 451	4 224	5 489	7 149	6 653	5 067	4 333	5 061	6 248
Ativo	136 477	136 797	132 681	133 038	112 388	113 389	121 709	129 247	134 506

FIG. 26 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Passivo	76 406	87 177	87 286	89 232	74 386	82 484	95 708	106 681	114 230
Capital próprio	60 071	49 620	45 395	43 806	38 002	30 905	26 000	22 566	20 277

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. EBITDA 2021, 2020, 2019 ajustado de custos não recorrentes.

GRUPO MEDIA CAPITAL, S.G.P.S., S.A.

O Grupo Media Capital, S.G.P.S., S.A. (empresa, *Media Capital*, Grupo Media Capital ou grupo), detém direta e indiretamente participações em empresas presentes nos principais segmentos de *media* e produção de conteúdos audiovisuais. A sua estrutura operacional reflete esta abrangência e é por isso que o seu modelo organizacional tem um sentido horizontal, estando a atividade estruturada em várias áreas de negócio, uma das quais a de serviços partilhados, que centraliza todas as funções administrativas das várias empresas do grupo.

Mais especificamente, o grupo desenvolve as atividades de difusão e produção de programas televisivos e outras atividades de *media*, realização, produção e difusão de programas radiofónicos (até 31 de maio de 2022), produção e exploração de atividades cinematográficas e videográficas, no mercado português (Figura 27).

A TVI – Televisão Independente, S.A. (TVI), no âmbito da licença de exploração da atividade de televisão, difunde programas televisivos através da emissão de um canal generalista em sinal aberto e, através de contratos de distribuição celebrados com operadores, emite o referido canal generalista, bem como o CNN Portugal, o TVI Ficção, o TVI Internacional e o TVI Reality. Adicionalmente, a TVI comercializa conteúdos de ficção produzidos pelo grupo.

A MCP – *Media Capital Produções*, S.A. (MCP), é a empresa do Grupo Media Capital que desenvolve o negócio de produção audiovisual, assegurado no mercado português pela Plural Entertainment Portugal, S.A. (Plural), cuja atividade é a criação, produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, bem como o apoio à produção de conteúdos e eventos.

Adicionalmente, a MCP detém a Plural Entertainment Espanha, S.A. (Plural España), que opera no mercado espanhol. A atividade desta área de negócio é a produção, serviços de apoio à produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, obras cinematográficas e audiovisuais, bem como outros serviços relacionados.

A *Media Capital Digital*, S.A. (Digital), é a empresa que desenvolve o negócio de internet através do portal www.iol.pt e apresenta uma rede de conteúdos próprios, um diretório de classificados e publicidade *online*.

A MCME – *Media Capital Música e Entretenimento*, S.A. (MCME), desenvolve o negócio de música, tendo as suas participadas a atividade de produção de fonogramas, produção audiovisual e multimédia, compra e venda de discos e equiparados, produção de eventos e agenciamento de artistas.

A CLMC – Multimédia, Unipessoal, Lda. (CLMC), explora a atividade de aquisição e distribuição de direitos cinematográficos, essencialmente, em meios como cinema e televisão.

O Grupo Media Capital foi criado em 1992 com a sua atividade assente maioritariamente na área de imprensa, iniciada em 1989, com o jornal O Independente.

Em 1997, expandiu-se com a aquisição das rádios Comercial e Nostalgia. Entre 1998 e 1999 adquiriu a quase totalidade do capital da TVI. Entre 1999 e 2003, o grupo expandiu as suas operações de rádio, entrou no mercado de publicidade *outdoor* e lançou a área de internet, com a criação do portal IOL, em 2000.

A entrada do grupo no capital da Nicolau Breyner Produções (NBP), em 2001, e o seu controlo no ano seguinte, consolidou o negócio de televisão como um todo, através da aposta estratégica na ficção portuguesa como conteúdo televisivo de sucesso da programação da TVI. Em 2003, a *Media Capital* entrou na área da distribuição cinematográfica, em parceria com a Castello Lopes, e da edição discográfica, com a criação da MC Entertainment e a aquisição da Farol Música. Contudo, a atividade cinematográfica foi descontinuada em 2011.

Em 2004, o grupo foi admitido à cotação em bolsa e, no ano seguinte, o grupo Prisa tomou uma importante participação no capital, passando a assumir a gestão executiva desde então. Em 2007, e na sequência de duas OPA, o grupo Prisa passou a deter a quase totalidade do capital.

Em 2008, a *Media Capital* alienou a área de imprensa à Progres (empresa do grupo Prisa) e, no final do ano, adquiriu a Plural Espanha que, juntamente com a NBP, deu origem à Plural Entertainment, uma das maiores produtoras internacionais em língua portuguesa e espanhola.

Em 2017, a *Media Capital* foi alvo de uma oferta de aquisição de 100 % do seu capital por parte da MEO, grupo Altice, que acabou por não ser bem-sucedida. Em 2019, a Cofina S.G.P.S. lançou uma oferta semelhante, com o mesmo desfecho, mas por razões diferentes.

Em 2019, a TVI Ficção passou a estar disponível no Canadá e a TVI Internacional em mais quatro plataformas na Europa, nomeadamente na Suíça. Em Portugal, ocorreu a passagem de todos os canais nacionais para HD. Em 2020, a *Media Capital* introduziu mais uma oferta no mercado fora de Portugal, um pacote de subscrição para o TVI Player Internacional e reforçou as áreas digitais do grupo, em particular na rádio.

Em setembro de 2021, a *Media Capital* lançou o novo projeto editorial AWAY, dedicado aos temas da sustentabilidade e mobilidade sustentável e, em novembro, lançou a CNN Portugal, uma aposta centrada numa perspetiva multiplataforma, com emissão 24 horas, resultado de um acordo estabelecido com o grupo Warner *Media* e que veio substituir a TVI 24.

2022 foi ano de expansão da plataforma de *streaming* TVI Player e de nascimento da VERSA, a marca digital do Grupo no segmento de *Lifestyle*. Estando anteriormente apenas na Android TV, o alargamento foi feito para Apple TV, Amazon Fire TV e para as boxes dos quatro operadores de telecomunicações MEO, NOS, Nowo e Vodafone.

Foi também o ano da alienação do negócio das rádios, que permitiu ao Grupo *Media Capital* um encaixe financeiro direto associado à venda de 69,6 milhões de euros e a realização de uma mais-valia líquida de 46,1 milhões de euros.

Na sequência da alienação, em 2020, pelo Grupo Prisa, da sua participação na *Media Capital* a um grupo de investidores, a estrutura de propriedade da empresa, em termos de beneficiários efetivos, que o são através de entidades com mais de 5 % da *Media Capital*, alterou-se em diversas ocasiões. Em 4/5/2023 era a seguinte: Mário Ferreira 31,8 %; Paulo Gaspar, Mariana Gaspar e Francisco Gaspar 7,7 % cada através da Triun; Joaquim Fernandes 4,5 %, Miguel Araújo 4 %, João Barros e José Santana 3 % cada, Rui Freitas 2 %, Filipa Guimarães 1,5 %, António Antunes e Nuno Silva 1 % cada e Alfredo Pereira e Carlos Pereira com 1 % cada, através das empresas Biz Partners e Zenithodyssey. João Manuel Serrenho detém 4,87 %, Maria Lima e Maria Bulhosa 3,155 % e João Luís Serrenho 0,02 %, participações exercidas através da empresa CIN.

Empresas com participações inferiores a 5 % da *Media Capital* são a Fitas & Essências, Lda. (3 %), e a Docasal Investimentos, Lda. (2,5 %). A primeira entidade é controlada por Stéphane Rodolphe Picciotto e a segunda por Cristina Ferreira.

Em 2022 os rendimentos operacionais cresceram 29 %, para 203 milhões e 867 mil euros quando, em 2021, haviam sido de 157 milhões e 740 mil euros. Note-se que os rendimentos incluem o montante da mais-valia gerada no negócio das rádios, que totalizou 46,1 milhões de euros.

Não obstante a redução total dos rendimentos de publicidade decorrente da saída das rádios do perímetro, observou-se um incremento das receitas de publicidade nos restantes negócios, resultado da recuperação das audiências da TVI e da consolidação da CNN Portugal entre os canais de cabo. Este crescimento assentou não só num crescimento do mercado publicitário face a 2021, que se verificou nos mercados de televisão em canal aberto e cabo, mas também num crescimento do peso da TVI no mercado publicitário. Na televisão, os rendimentos de publicidade, face ao ano transato, alcançaram um crescimento de 7 %.

Os outros rendimentos operacionais do segmento de televisão, que englobam proveitos de cedência de sinal, vendas de conteúdos e serviços multimédia, apresentam um crescimento anual de 2%. Este incremento deveu-se, essencialmente, à CNN Portugal, quer nos rendimentos provenientes da cedência de sinal, quer pela promoção de eventos, nomeadamente, a Conferência “*Embrace the Future*”, que assinalou o primeiro aniversário do canal.

2022 foi um ano excecional nas vendas de conteúdos. A TVI conheceu uma trajetória ascendente, que já tinha começado em 2021, e experimentou um maior reconhecimento do mercado Internacional. A valorização da qualidade das novelas da TVI traduziu-se num volume de vendas considerável, superando o valor de 2021, e fez de 2022 o segundo maior ano de faturação em vendas de conteúdos desde que a TVI começou este percurso, em 2004.

O mercado digital registou um aumento de 12 % na publicidade, fruto do posicionamento que atingiu em 2022.

Os outros rendimentos operacionais registaram uma subida de 5 %, incluindo, essencialmente, rendimentos da produção audiovisual, rendimentos de cedência de sinal e venda de conteúdos.

FIG. 27 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. Gráfico da direita exclui rádio.

Os gastos operacionais, excluindo imparidades, diminuíram, a refletir a venda do negócio de rádios, mas aumentaram no segmento de televisão e audiovisual.

O resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) do grupo, ajustado de gastos líquidos com provisões, imparidades, reestruturações e mais-valia, atingiu os dez milhões de euros, o que representou uma redução de 14 % face ao período homólogo de 2021. Esta redução decorreu da venda das rádios, que em termos de EBITDA ajustado se traduziu numa redução de cerca de 4,6 milhões de euros, demonstrando, assim, a excelente *performance* dos restantes segmentos de negócio e o aumento muito considerável do EBITDA do segmento de televisão para 3,4 milhões de euros.

Excluindo o efeito do negócio das rádios e respetiva atividade em 2022 e 2021, o EBITDA ajustado cifrou-se em sete milhões, o que compara com quatro milhões em 2021, representando um aumento de 77 % na confrontação destas atividades.

Sem ajustamentos, o EBITDA fixou-se nos 47 milhões e 957 mil euros, comparando positivamente com os oito milhões e 901 mil euros de 2021. O resultado líquido também melhorou: passou de um prejuízo de em 2021 para 36 milhões e 687 mil euros em 2022. (Figura 28).

Os gastos com provisões, imparidades e reestruturações tiveram um incremento de 5,4 milhões de euros face ao período homólogo, decorrente da evolução do processo de reestruturação do Grupo, assim como da análise de recuperabilidade de direitos de transmissão de programas.

Sublinha-se o controlo apertado do investimento em *working capital*, que levou a que o *cash flow* operacional fosse superior ao EBITDA do ano (sem mais-valia) e melhor que os níveis registados em 2021. O *cash flow* operacional foi também suficiente para cobrir os investimentos acrescidos realizados em 2022, que incidiram sobretudo na modernização dos estúdios de informação e em cibersegurança.

O endividamento total diminuiu durante 2022, bem como a dívida líquida, e atingiram o registo mais baixo desde que se analisa esta empresa. O rácio de capitais próprios face ao ativo melhorou para 52,2 %. O EBITDA e o *cash flow* operacional cobriram amplamente a dívida que se vence ao longo do ano de 2023.

Os contratos de financiamento da *Media Capital* tinham associados cláusulas de reembolso antecipado em caso de alteração de estrutura acionista ou quebra de limites especificados contratualmente para determinados rácios financeiros (*net debt*/EBITDA). As medidas de desempenho financeiro foram cumpridas. As linhas de financiamento que estavam disponíveis para utilização no final de 2022 atingiram cerca de 27 milhões de euros.

Em 2022 e apesar dos resultados líquidos negativos de 2021, a empresa distribuiu dividendos por recurso a reservas livres no montante de nove milhões e 970 mil euros, a primeira vez desde 2018 (relativos ao exercício de 2017). Relativamente aos resultados gerados em 2022, a *Media Capital* planeia distribuir 9,7 % em dividendos.

FIG. 28- SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	203 867	157 740	137 611	165 119	181 809	165 463	174 027	174 386	179 773
EBITDA	47 957	8 901	462	-40 448	40 245	40 077	41 517	40 134	40 912
Resultado líquido	36 687	-4 080	-11 096	-54 729	21 573	19 787	19 101	17 300	16 475
Ativo	193 054	224 692	250 991	250 439	293 890	301 244	315 079	328 001	332 042
Passivo	92 234	151 404	173 040	161 718	150 371	159 803	176 135	191 967	197 154
Capital próprio	100 820	73 288	77 951	88 721	143 519	141 442	138 944	136 034	134 888

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. 2020, 2021 e 2022 inclui segmento de rádio como operação continuada.

IMPRESA S.G.P.S., S.A.

A Impresa S.G.P.S., S.A. (grupo Impresa, grupo, Impresa ou empresa), alberga toda a atividade de *media* do grupo com interesses que abrangem uma estação de televisão, sete canais temáticos, o jornal Expresso, várias propriedades e aplicações na internet, uma plataforma de *streaming* e uma empresa de novas tecnologias.

Tudo começou em 1973, quando Francisco Pinto Balsemão criou a Sojornal/Expresso, acreditando que, apesar da censura, era possível fazer um semanário de qualidade. O jornal Expresso tornou-se numa das referências da sociedade portuguesa, dando início à criação do grupo Impresa.

Em 1975, foi fundada a VASP para distribuir o Expresso, sendo parte do seu capital social adquirido pela Sojornal, em 1981. A Controljornal foi constituída em abril de 1988, para ser a empresa *holding* de todo o grupo. Em 1989, foi constituída uma *joint-venture*, com o grupo brasileiro Abril, dando origem ao nascimento da primeira revista de negócios em Portugal, a Exame, e marcando a entrada do grupo na área de revistas.

Em março de 1991, o capital da Controljornal foi aberto a investidores externos e foi criada uma *holding* - a Impresa - que concorreu à atribuição dos primeiros canais de televisão privados em Portugal, tornando-se num dos acionistas fundadores da SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Em outubro de 1992, a SIC iniciou as suas emissões, sendo o primeiro canal de televisão privado a estabelecer-se em Portugal. Na segunda metade de 1999, a Impresa passou a deter o controlo de 51 % do capital da SIC e 37,3 % do interesse económico, abrindo o capital a novos investidores.

No início de abril de 2000, a Impresa aumentou o seu interesse económico na SIC, para os 51 %, e em junho de 2000 foi admitida à cotação na Bolsa de Valores de Lisboa - atual Euronext Lisboa.

Em 2001, iniciou-se um novo ciclo de expansão da SIC, desenvolvendo novas áreas de atividade, o que permitiu que, para além de canal principal, passasse a incluir vários canais temáticos – destacando-se a SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC K e a SIC Caras, e um canal internacional, SIC Internacional, a par de interesses nas áreas de multimédia, *merchandising* e serviços técnicos (GMTS).

Em 2003, a área de revistas transformou-se na Edimpresa, com a Impresa a deter 50 % do seu capital em conjunto com os suíços da Edipress. Em meados de 2008, a Impresa adquiriu a totalidade do capital da Edimpresa. De seguida, procedeu-se à fusão das atividades de revistas e jornais, debaixo da *sub-holding* Impresa Publishing, tornando-se, assim, na maior editora de publicações portuguesa a partir do final de 2008, com um portefólio de cerca de 30 publicações, onde se incluíam o jornal Expresso e as revistas Visão, Caras, Activa, Exame, entre outras.

No final de 2005, a Impresa adquiriu a posição minoritária da SIC, elevando a sua participação para 100 % do capital da televisão. No primeiro trimestre de 2007 criou uma nova área de negócios, denominada Impresa Digital, onde concentrou um portefólio de participações em várias empresas, com atividades na internet e novas tecnologias.

No final de 2008, a crise económica obrigou o grupo a reformular a sua estratégia, concentrando-se apenas nas atividades principais, reduzindo o portefólio de publicações e empresas.

Em 2010, a SIC apostou na produção de novelas portuguesas em parceria com a SP Televisão e a TV Globo. A primeira novela, “Laços de Sangue”, foi distinguida com um Emmy, na categoria respetiva, proporcionando, nos anos seguintes, a abertura dos mercados internacionais das produções de novelas.

Em 2011, no âmbito de uma reestruturação do grupo, a área digital ficou reduzida à InfoPortugal – Desenvolvimento e Produção de Conteúdos Georreferenciados, à Olhares, que detém o maior portal de fotografia de língua portuguesa, e à DGSM. Posteriormente, em 2012, em troca de uma participação de 15,06 %, a DGSM foi vendida à Nonius Software, que se dedicava ao fornecimento de HSIA e serviços de hospitalidade para a indústria hoteleira.

Em 2014, no âmbito da sua expansão digital, o Expresso lançou o Expresso Diário, um jornal diário só disponível *online*, para assinantes e compradores da versão em papel. No final de 2014, a SIC lançou o seu primeiro canal especificamente dedicado aos mercados africanos de língua portuguesa, em exclusividade para a plataforma DSTV.

O arranque de 2016 foi marcado pela nova organização do grupo Impresa, liderado pelo CEO Francisco Pedro Pinto Balsemão. As telenovelas da SIC “Coração D’Ouro” e “Mar Salgado” conquistaram as medalhas de Ouro e Bronze, respetivamente, na categoria Telenovela, na gala de prémios do *New York Festival's World's Best TV & Films*, que decorreu em Las Vegas. Foi a primeira vez que telenovelas produzidas em Portugal foram finalistas neste Festival, que conta com produções de cerca de 50 países.

A Impresa criou uma nova plataforma *online* que agrega todas as ofertas criativas do grupo e a SIC tornou-se a primeira televisão nacional a disponibilizar o canal generalista e todos os seus canais temáticos em alta definição.

Já em 2017, a SIC reforçou a venda de conteúdos no mercado internacional, lançando um site específico para o efeito, e aumentou a sua aposta em África, através de um reposicionamento da SIC Internacional, com uma nova imagem e uma oferta mais próxima deste continente, por forma a consolidar a posição de canal de referência nos mercados de língua portuguesa. Os canais SIC continuaram em expansão, passando a ser distribuídos em novas plataformas ou reforçando a presença em plataformas já cobertas como África do Sul, Alemanha, Austrália, Luxemburgo e Moçambique.

No âmbito do Plano Estratégico para o triénio 2017-2019, que tinha como objetivo o reposicionamento da atividade da Impresa, com um maior enfoque nas componentes do audiovisual e do digital, o portefólio de revistas Activa, Caras, Caras Decoração, Courier, Exame, Exame Informática, Jornal de Letras, Telenovelas, TV Mais, Visão, Visão História e Visão Júnior foi alienado à Sociedade Trust in News, de Luís Jorge Sales Martins Delgado, logo no início de 2018, pelo valor de 10,2 milhões de euros.

Neste enquadramento, o segmento de *publishing* passou a ser constituído pelo Expresso, Blitz (apenas com presença digital, e edições especiais em papel), Novas Soluções de *Media* (que inclui o *Customer Publishing*), Boa Cama Boa Mesa (anteriormente no perímetro da InfoPortugal), Tribuna e gestão comercial de propriedades digitais não detidas pela Impresa, incluindo, desde 2018, os *sites* Notícias ao Minuto e Zero, para além do LinkedIn, em Portugal.

A 17 de setembro de 2018, nasceu a SIC Ventures, resultante da aposta da Impresa na diversificação das suas áreas de negócio e em novas fontes de receita, em especial na área digital. Também em 2018, a SIC celebrou um acordo de distribuição com a Comcast, expandindo a cobertura da SIC Internacional a todo o território dos EUA.

No primeiro trimestre de 2019, a SIC adquiriu uma participação de 4,16 % na empresa YoungStories, S.A., cuja atividade consiste na exploração do *website* Zaask.

No final de 2020, a Impresa lançou a OPTO, um serviço de *streaming* com subscrição de conteúdos audiovisuais, e a ADVNCE, uma app disponível nas plataformas de distribuição, para albergar a comunidade de *eSports*. Anunciou também a sua intenção de vender as participações na empresa distribuidora de publicações periódicas Vasp e na agência noticiosa Lusa, operações concretizadas em 2021.

A aposta do Grupo no áudio resultou no lançamento de nove *podcasts* em 2022, que rapidamente conquistaram os ouvintes.

Detém ainda 10,7 % da NP – Notícias de Portugal CRL, que participa com menos de 5 % na Agência Lusa e 8 % da Visapress, uma empresa de gestão de conteúdos.

Atualmente, o grupo Impresa tem as suas ações admitidas à cotação na Euronext Lisboa, sendo detido por Francisco José Pereira Pinto Balsemão, com uma participação votante de cerca de 36 %, de acordo com o Portal da Transparência dos *Media*.

As receitas totais do grupo Impresa atingiram 185 milhões e 249 mil euros, refletindo uma redução de 2,6 % comparativamente ao valor registado no período homólogo. Este foi o segundo melhor resultado, no que respeita à faturação, dos últimos cinco anos. Já as receitas com publicidade, representativas da maior parcela de receitas, cresceram 0,2 %.

A redução mostra o decréscimo de todas as linhas de negócio na televisão – publicidade, subscrição de canais e IVR – e da quebra da circulação, não compensadas pelo crescimento da publicidade na área de *publishing*.

FIG. 29 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.



Os custos operacionais subiram 5,7 %, em consequência, principalmente, da resposta ao ataque informático sofrido em janeiro de 2022, do aumento de custos com produção e energia, da cobertura da guerra na Ucrânia, do aumento da competitividade das grelhas da SIC e de indemnizações.

Em 2022, o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) do grupo foi de 16 milhões e 622 mil euros, uma redução de 45 % relativamente a 2021. O EBITDA corrigido de custos de reestruturação foi de 19 milhões e 100 mil euros, um decréscimo de 38 %, ambos os resultados a implicar uma redução da margem respetiva. O resultado líquido atingiu um milhão e 212 milhares de euros. (Figura 30).

Uma gestão de fundo de maneio mais eficiente melhorou a capacidade de geração de *cash flow* operacional face a 2021 e os investimentos em ativos fixos foram totalmente cobertos pelo *cash flow* gerado pelas operações. O endividamento financeiro total e líquido diminuiu e os fluxos de caixa operacionais cobriram a dívida que se vence em 2023, pela primeira vez desde há largos anos.

A dívida líquida excedeu o EBITDA em 6,5x, uma pioria face a 2022, a refletir a diminuição do EBITDA. A autonomia financeira melhorou e fixou-se em cerca de 40,6 %.

De acordo com o Relatório e Contas de 2022, não existiu qualquer incumprimento de obrigações decorrentes dos empréstimos vigentes, quer quanto à manutenção das principais participações sociais nas empresas subsidiárias, quer de limitação de investimentos ou distribuição de dividendos, quer de *convenants* de rácios financeiros.

O grupo Impresa, no final de 2022, tinha disponíveis linhas de crédito não utilizadas no montante de 43 milhões e 760 mil euros, o que compara com uma dívida que se vence em 2023 de 22 milhões de euros. As linhas de crédito disponíveis e não utilizadas voltaram a aumentar face a 2021 quando se situaram em cerca de 41 milhões e 700 mil euros.

O grupo Impresa, tal como tem vindo a acontecer há vários anos, não distribuiu dividendos relativos a 2022.

FIG. 30- SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017*	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	185 249	190 191	178 089	181 870	172 163	176 061	201 821	205 997	230 922	237 780
EBITDA	16 622	30 686	30 552	24 760	15 332	14 967	13 815	15 526	22 545	31 944
Resultado líquido	1 212	12 707	11 031	7 703	3 139	-21 591	-21 654	2 760	4 028	11 006
Ativo	389 620	400 423	391 212	380 774	396 714	388 302	388 617	413 984	403 474	407 080
Passivo	231 586	243 602	247 098	247 691	271 333	265 937	265 937	269 742	261 701	269 484
Capital próprio	158 034	156 821	144 114	133 083	125 381	122 364	122 679	144 242	141 773	137 596

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. * 2017 re expresso.

RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A.

A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP ou empresa) tem como objeto principal a prestação do serviço público de rádio e de televisão, nos termos das Leis da Rádio e da Televisão e do respetivo contrato de concessão, podendo prosseguir quaisquer atividades, industriais ou comerciais, relacionadas com a atividade central, na medida em que não comprometam ou afetem a prossecução do serviço público referido. São essas atividades as seguintes:

- Exploração da atividade publicitária, com limites previstos no respetivo contrato de concessão;
- Produção e disponibilização ao público de bens relacionados com a atividade de rádio ou de televisão, nomeadamente programas e publicações;
- Prestação de serviços de consultoria técnica e de formação profissional e cooperação com outras entidades, nacionais ou estrangeiras, especialmente com entidades congéneres dos países de expressão portuguesa;
- Participação em investimentos na produção de obras cinematográficas e audiovisuais.

A RTP deu início à sua atividade de divulgação de informação em 1935 com a transmissão das primeiras emissões na Rádio Pública (EN). Em 1957, foram iniciadas as emissões de televisão regulares e em 1992 as transmissões a nível internacional. Cinco anos mais tarde (1997) foi criada uma plataforma digital.

Com 83 anos de rádio, 61 de televisão e 21 de *online*, em 2007, estes meios, historicamente dispersos em várias empresas, fundiram-se numa só, dando origem à RTP no formato atual.

A RTP opera os canais RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira, as rádios Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira, RDP Madeira Antena 3 e as *web rádio* Jazzin, Ópera, Lusitânia, Fado, Memória e Vida.

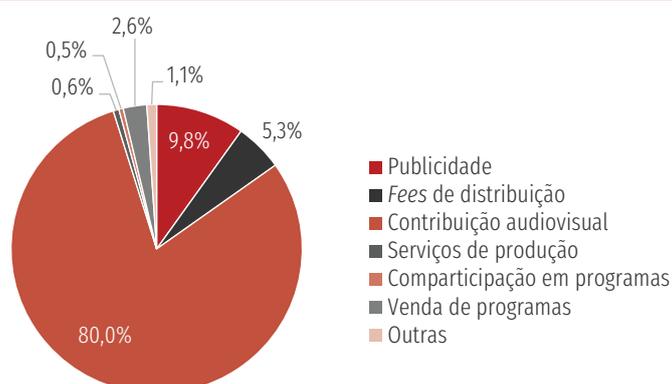
A RTP é detida a 100 % pelo Estado português, através da Direção-Geral do Tesouro e Finanças.

O contrato de concessão expirou a sua vigência em 2019 estando em negociação um novo.

Em 2022, as receitas de exploração cresceram 3 % face a 2021, para 228 milhões e 853 mil euros. O aumento das receitas de exploração não provenientes da CAV foi explicado, fundamentalmente, pelo crescimento de receitas de distribuição de sinal, venda e comparticipação de programas, designadamente vendas de direitos do Mundial de Futebol, a compensar a quebra das receitas de publicidade. As provenientes da contribuição para o audiovisual (CAV) cresceram 1,9 %, variação justificada maioritariamente pelo aumento do número de consumidores de eletricidade.

De salientar que, na RTP, a publicidade representou cerca de 10 % das receitas de exploração, enquanto a CAV atingiu 80 % (Figura 31).

FIG. 31 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Num ambiente inflacionista, os custos operacionais aumentaram, designadamente custos com mercadorias vendidas, fornecimento e serviços externos e custos com pessoal, mesmo num enquadramento de tentativa de otimização, patente em várias iniciativas de contenção de custos levadas a cabo durante o ano.

Os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) caíram 1 % para 11 milhões e 458 milhares de euros, com manutenção da margem respetiva. O aumento das amortizações e dos custos financeiros contribuíram para a descida do resultado líquido para 767 mil euros em 2022 (Figura 32).

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais foi maior que a registada no ano anterior e suficiente para cobrir os investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados durante o ano.

O *stock* de dívida acumulada diminuiu, a dívida líquida também e o EBITDA situou-se em 7,1x, valor sintomático do elevado grau de alavancagem da RTP. O EBITDA e o *cash flow* operacional não perfizeram montantes suficientes para cobrir a dívida que vai vencer-se durante 2023.

No final de 2022, a RTP tinha linhas de crédito de curto prazo não utilizadas de 34 milhões de euros. No médio e longo prazos as linhas de crédito estavam totalmente utilizadas em cerca de 27 milhões de euros. A empresa cumpriu todas as condições assumidas no âmbito dos contratos de financiamento, tendo obtido dos credores dispensa do cumprimento da condição relativa ao rácio de alavancagem financeira.

O capital próprio permaneceu negativo, ainda a refletir os prejuízos acumulados ao longo de anos, mas melhorou significativamente para - seis milhões e 653 milhares de euros, por conta de ganhos atuariais.

Como tem sido habitual, a empresa não distribuiu dividendos relativos ao exercício económico encerrado.

FIG. 32 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	228 853	222 212	219 068	218 899	238 803	214 180	213 195	210 309	212 759
EBITDA	11 458	11 574	13 692	12 351	11 788	12 419	10 380	12 840	10 515
Resultado líquido	767	985	3 083	903	330	130	1 641	3 985	38 226
Ativo	309 406	323 047	322 313	319 707	321 704	350 632	344 569	339 333	332 964
Passivo	316 059	335 147	334 788	333 621	334 197	363 864	368 407	365 033	362 566
Capital próprio	-6 653	-12 100	-12 475	-13 914	-12 493	-13 232	-23 838	-25 701	-29 602

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Empresas de publicações periódicas / jornalísticas

GLOBAL FAMILY EDITIONS, S.A.

A Global Family Editions S.A. (Global Family Editions, ou empresa), anteriormente designada por Selecções do Reader's Digest (Portugal), S.A. (Selecções), tem como atividade principal a edição, confeção, publicação, distribuição e venda de revistas, periódicos, publicações e livros, aparelhos eletrodomésticos e discos e o exercício de atividades acessórias ou complementares.

Apesar de algum grau de diversificação nos produtos comercializados, o *core business* da Global Family Editions é o editorial (Figura 33).

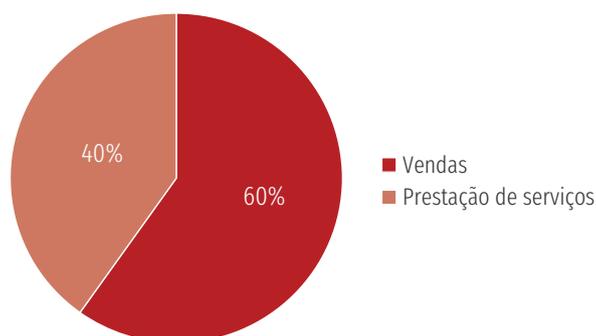
Em 31 de julho de 2012, a empresa Reader's Digest Association Inc alienou a sua participação de 100 % na Global Family Editions à empresa Ediclube – Edição e Promoção do Livro, S.A. (Ediclube), efetuando, ao mesmo tempo, um contrato de licenciamento da marca Reader's Digest e comercialização de produtos associados, nomeadamente a revista Selecções do Reader's Digest.

Atualmente, a Global Family Editions inclui-se no grupo espanhol Gratisfilm, tendo a Ediclube 85,8 % de participação na sociedade e a CIL Marketing Direto 14,2 % (*Club Internacional del Libro*), ambas com vários acionistas e associados diversificados.

O ano de 2022 continuou desafiador para a Global Family Editions. As receitas de exploração deterioraram-se cerca de 8 %, para um milhão e 515 mil euros, resultado de menores vendas de produtos (circulação) e receitas com prestação de serviços. Os rendimentos obtidos com partes relacionadas (empresas do grupo) assumiram menor relevância nas receitas que em 2021, tendo atingido 24 % das mesmas.

Os custos com fornecimentos e serviços externos diminuíram, mas o aumento dos custos com pessoal causaram a quebra do resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) para uma perda de 56 milhares de euros, a primeira desde há vários anos. Os resultados líquidos foram negativos em 45 mil euros.

FIG. 33 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

No entanto, e contrariamente ao ano de 2021, a capacidade de geração de *cash flow* operacional foi positiva, consequência de uma melhor gestão do fundo de maneio.

No final de 2022, a empresa não tinha qualquer tipo de endividamento financeiro. O capital próprio cobriu 57 % dos ativos, uma situação bastante confortável e de melhoria face aos anos anteriores. A empresa não planeia distribuir dividendos relativos a 2022 (Figura 34).

FIG. 34 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1 515	1 647	1 791	2 010	2 360	3 058	3 614	3 880	4 695
EBITDA	-56	56	69	73	107	152	182	100	-351
Resultado líquido	-45	61	71	68	96	133	177	72	-392
Ativo	1 455	1 527	1 554	1 478	1 496	1 766	2 110	2 490	2 456
Passivo	622	649	737	732	818	1 184	1 661	2 218	2 256
Capital próprio	833	878	817	746	678	582	449	272	201

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Operadores de serviço de distribuição de televisão por subscrição (STVS)

NOS S.G.P.S., S.A.

A NOS, S.G.P.S., S.A. (NOS ou empresa), anteriormente designada de Zon Optimus, S.G.P.S., S.A., e até 27 de agosto de 2013 designada de Zon Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, S.G.P.S., S.A. (Zon), foi constituída pela Portugal Telecom, S.G.P.S., S.A., em 15 de julho de 1999, com o objetivo de, através dela, desenvolver a sua estratégia para o negócio de multimédia.

Durante o exercício de 2007, a Portugal Telecom realizou o *spin-off* da Zon, com a atribuição da sua participação nesta sociedade aos seus acionistas, a qual passou a ser totalmente independente da Portugal Telecom. Em 2013, a Zon e a Optimus, S.G.P.S., S.A., concretizaram uma operação de fusão por incorporação da Optimus S.G.P.S. na Zon, tendo a empresa adotado nessa data a designação de Zon Optimus, S.G.P.S., S.A. Em junho de 2014, na sequência do lançamento da nova marca NOS, foi aprovada em Assembleia Geral a alteração da designação da empresa para NOS, S.G.P.S., S.A.

Os negócios explorados pela NOS e pelas empresas participadas, que integram o universo empresarial, incluem serviços de televisão por cabo e satélite, serviços de voz e acesso à internet, edição e venda de videogramas, publicidade em canais de TV por subscrição, exploração de salas de cinema, distribuição de filmes, produção de canais para televisão por subscrição, gestão de datacenters, licenciamento e prestação de serviços de engenharia e consultoria na área dos sistemas de informação, organizados da forma que seguidamente se descreve.

As atividades da NOS Comunicações, S.A., e suas participadas, a NOS Technology, NOS Açores, NOS Madeira e NOS Wolesale, e NOS Sistemas compreendem: a) a distribuição do sinal de televisão por cabo e satélite, b) a exploração de uma rede de comunicações móveis de última geração GSM/UMTS/LTE/5G, c) a exploração de serviços de comunicações eletrónicas, no que se inclui serviços de comunicação de dados e multimédia em geral, d) serviços de voz por IP (VOIP – voz por internet), e) operador móvel virtual (MVNO), f) a prestação de serviços de assessoria, consultoria e afins, direta ou indiretamente relacionados com as atividades e serviços acima referidos, e g) gestão de *data centres* e prestação de serviços de consultoria na área dos sistemas de informação. A atividade da NOS, S.A., da NOS Açores e da NOS Madeira é regulada pela Lei n.º 5/2004 (Lei das Comunicações Eletrónicas).

A NOS Audio – Sales and Distribution, S.A., anteriormente designada NOS Lusomundo TV, S.A., e resultado da fusão da NOSPUB na NOS Lusomundo TV em dezembro de 2020, tem como atividade principal a negociação, compra e distribuição de direitos de conteúdos e outros produtos multimédia para televisão e outras plataformas de distribuição, produzindo

atualmente canais de cinema e séries por via da compilação de conteúdos adquiridos, os quais são distribuídos, entre outros operadores, pela NOS, S.A., e suas participadas. Esta empresa efetua ainda a gestão do espaço publicitário de canais de televisão por subscrição e das salas de cinema da NOS Cinemas.

A NOS Audiovisuais e a NOS Cinemas, bem como as empresas participadas, desenvolvem a sua atividade na área dos audiovisuais, que integra a edição e venda de videogramas, a distribuição de filmes, a exploração de salas de cinema e a aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e VOD (*video-on-demand*).

A NOS Inovação tem como principais atividades a realização e a dinamização de atividades científicas de investigação e desenvolvimento (detém toda a propriedade intelectual desenvolvida dentro do grupo NOS, pretendendo garantir o retorno do investimento inicial através da comercialização de patentes e concessões de exploração comercial resultante do processo de criação de produtos e serviços), a demonstração, divulgação, transferência de tecnologia e formação, nos domínios dos serviços e sistemas de informação e de soluções fixas e móveis de última geração, de televisão, internet, voz e dados.

Em 2021, a NOS adquiriu em leilão várias frequências para a implementação da tecnologia 5G e espectro adicional para reforçar a capacidade da rede 4G e iniciou a oferta comercial de 5G nesse mesmo ano. Volvido sensivelmente um ano após a conclusão do leilão, em finais de outubro de 2021, a rede 5G da NOS já cobria, em finais de novembro de 2022, mais de 87 % da população portuguesa.

Em 2022, foi o primeiro operador no país a integrar o Disney+ na sua box (UMA TV).

As ações representativas do capital da NOS encontram-se cotadas na bolsa de valores Euronext Lisboa e integram o principal índice PSI 20.

A NOS é controlada por Isabel dos Santos e pelo grupo Sonae, da família Azevedo, com uma participação de 36,8 %. A Mubadala Investment Company, o fundo soberano dos Emirados Árabes Unidos, detém 5 %.

A NOS participa ainda com 25 % na Sport TV Portugal, sendo a restante percentagem detida em partes iguais pela MEO, Olivedesportos e Vodafone.

Para além da Sport TV, a NOS também detém 50 % do capital da Dreamia, uma produtora de canais de televisão temáticos dirigidos aos mercados português e africano, e 30 % da Upstar Comunicações, um operador televisivo detentor dos canais ZAP.

Em 2022, as receitas de exploração registaram uma variação positiva de 6,3 % face ao período homólogo, para 1521 milhões e sete milhares de euros, o que compara com 1430 milhões e 299 mil euros, em 2021.

A sólida *performance* no negócio *core* de Telecomunicações, assim como a contínua recuperação do negócio de *Media & Entretenimento* pós-pandemia, explicaram o aumento das receitas de exploração do grupo.

O negócio de telecomunicações registou um aumento de 4,8 % das receitas, para 1469,2 milhões de euros, e o negócio de *Media & Entretenimento* recuperou face a 2021, com um aumento de receitas em 33,7 %, para 89,6 milhões de euros, ainda inferior aos valores obtidos em anos pré-pandemia.

A tendência positiva no negócio de Telecomunicações foi transversal. O segmento de consumo cresceu receitas em 3,1 %, face a 2021, com o aumento do parque de clientes e de receitas de vendas de equipamentos terminais a explicar a maioria da evolução. As receitas no segmento empresarial aumentaram 6,3 %, para 336,5 milhões de euros, alavancadas pelo crescimento de receitas de cliente em 4,6 %. Ajustando pelas receitas de projetos de consultoria integrada de IT, que tipicamente acarretam uma margem reduzida, as receitas deste segmento empresarial cresceram 3,7 %. As restantes receitas de telecomunicações de “*Wholesale e Outras*”, que representam menos de 10 % das receitas no negócio de Telecomunicações, apresentaram um crescimento de 19,8 % para 99,3 milhões de euros, liderado essencialmente por receitas de operador, *roaming* e de chamadas de valor acrescentado (MCS). O segmento de *Media &*

Entretenimento continuou a trajetória positiva de recuperação de receitas face aos valores pré pandemia, com um aumento de 33,7 % ,face a 2021, para 89,6 milhões de euros. As estreias de blockbusters durante o ano, assim como o fim de restrições por motivos pandémicos nas salas de cinema, contribuíram para a recuperação da venda de bilhetes em 81,4 %, com todos os trimestres a registarem tendências positivas. O último trimestre de 2022 foi o que registou uma recuperação mais expressiva, comparativamente aos valores de 2019, antes da pandemia, sendo que dezembro foi o mês mais próximo de atingir as vendas de bilhetes de 2019, inferior em apenas 8 %. A tendência positiva é explicada pela disponibilização de sucessos de bilheteira, tais como “Avatar – O caminho da água” ou “Black Panther: Wakanda para sempre”, atraindo novamente números elevados de espectadores para as salas de cinema. Individualmente, as receitas do segmento de Cinemas recuperaram em 93,4 % e as do segmento de Audiovisuais em 4,4 %, face ao ano anterior.

Os custos operacionais aumentaram cerca de 71 %, para 869,9 milhões de euros, um incremento superior ao registado em 2021, essencialmente devido às pressões inflacionistas globais. Foi possível mitigar em certa medida esta pressão generalizada de preços com esforços continuados de otimização e transformação operacional.

Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) cresceram 23,5 %, para 751 milhões e 95 milhares de euros, a par do aumento da respetiva margem (Figura 35).

Em 2022, a NOS fechou o ano com um resultado líquido de cerca de 224 milhões e 444 mil euros. A empresa continuou a distribuir dividendos, que implicaram um pay-out próximo de 100 %.

A geração de *cash flow* operacional permitiu cobrir a totalidade dos investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados durante o ano. O EBITDA de 2022 excedeu largamente a dívida que se vence no curto prazo, apesar do aumento do endividamento.

O investimento técnico de telecomunicações aumentou 27,3 % face a 2021, para um total de 325,2 milhões de euros, sendo que, devido à estratégia de liderança no 5G, o incremento advém maioritariamente do CAPEX de expansão de rede, com um aumento de mais de 45 %, para 163,9 milhões de euros. O investimento técnico também inclui o programa em curso de expansão da rede FttH sendo que a NOS já tem mais de 63 % da sua rede fixa Gigabit coberta com FttH. O investimento de Cliente foi marginalmente inferior face ao ano anterior, apresentando um decréscimo de 1,5 % face a 2021. Pese embora a NOS estar a registar níveis historicamente baixos de rotação da base de clientes, com o consequente impacto positivo nos investimentos comerciais, o esforço que tem vindo a fazer para colocar equipamentos de última geração em casa do cliente, tem levado a que o investimento de cliente total se mantivesse em níveis relativamente próximos do ano anterior, reduzindo apenas 1,4 %.

A NOS é uma empresa sólida, com indicadores de endividamento conservadores. O rácio dívida líquida/EBITDA situou-se em 2,2x e o fluxo de caixa operacional em percentagem do endividamento total atingiu os 39 %.

FIG. 35 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1 521 007	1 430 299	1 367 886	1 599 230	1 576 161	1 561 783	1 514 969	1 444 305	1 383 934
EBITDA	751 095	608 124	547 152	623 149	590 774	564 973	534 327	516 765	486 695
Resultado líquido	224 444	143 853	85 236	143 243	140 902	124 221	89 996	82 720	74 711
Ativo	3 463 324	3 259 395	3 172 643	3 088 176	2 925 543	2 967 067	2 982 641	2 976 494	2 955 931
Passivo	2 410 981	2 296 395	2 216 409	2 075 854	1 841 661	1 880 699	1 929 543	1 912 972	1 895 801
Capital próprio	1 052 343	963 000	956 234	1 012 322	1 083 883	1 086 368	1 053 098	1 063 522	1 060 129

Fonte: Demonstrações financeiras. Resultados como Reportados. Elaboração ERC.

NOWO COMMUNICATIONS, S.A.

A NOWO Communications, S.A. (NOWO ou empresa), anteriormente conhecida por Cabovisão – Televisão por Cabo, S.A., iniciou as suas operações em 1993 e tem como atividade principal o fornecimento de serviços de comunicações eletrónicas, designadamente o serviço de televisão por subscrição, de internet, dados e serviço móvel através do serviço MVNO (operador móvel virtual), com cobertura em diversas regiões de Portugal.

A Cabovisão foi o primeiro operador de cabo em Portugal com ofertas *triple play*, lançado em março de 2014, tendo sido igualmente pioneiro a disponibilizar velocidades de banda larga de 2 Megas, 4 Megas, 16 Megas e 30 Megas. Foi ainda responsável pelo lançamento de diversos canais de televisão como o MGM, AXN, Record e Fox.

A marca NOWO nasceu em setembro de 2016, para romper com o *status quo* do mercado, dominado por ofertas em pacote, fornecendo liberdade de escolha aos consumidores, valores que estão presentes nos serviços de comunicações que oferece e que vão ao encontro das tendências de consumo dos jovens e das famílias. Da Cabovisão, a NOWO manteve a rede híbrida de fibra ótica e cabo coaxial com mais de 14 000Km e que chega a mais de 900 000 casas.

Em 2019, continuou a apostar no digital e lançou a App NOWO TV para Android TV e Amazon Fire TV, que permite o acesso a diversas funcionalidades sem uma box e está disponível em *smartphones* e *tablets*, compatível com *chromecast* e *airplay*. A nível de internet foi lançado o novo *homegateway dual band* (2.4/5.0 Ghz) que garante uma melhor cobertura de *wifi* e acesso à internet de alta velocidade.

Em 2020 deu início à construção de uma nova rede de FTTH nas zonas metropolitanas de Porto e Lisboa, onde a NOWO não tinha presença, e progrediu na seleção da tecnologia para realizar uma atualização total da rede atual de HFC.

A NOWO continuou a trabalhar com foco na inovação tecnológica. Em 2021 concluiu o projeto da nova Box IP Android e do contrato para integrar a Amazon Prime na nova box. Concluiu também o desligamento analógico em 25 % da rede HFC, permitido desta forma substituí-lo pelo serviço de TV digital, sendo que as restantes zonas ficaram planeadas para o 1.º trimestre de 2022.

Na sequência dos leilões 5G, obteve os direitos de utilização das frequências correspondentes a sete lotes ganhos, nos seguintes termos: 2 x 10 MHz na faixa de frequências dos 1800 MHz (1770-1785 MHz/ 1865-1880 MHz); 2 x 5 MHz na faixa de frequências dos 2,6 GHz (2500-2510 MHz/ 2620-2630 MHz); 40 MHz na faixa de frequências dos 3,6 GHz (3400-3800 MHz).

Em 2022, deu continuidade à construção de uma nova rede de FTTH nas zonas metropolitanas de Porto e Lisboa. Também iniciou melhorias na atual rede HFC de forma a permitir velocidades mais elevadas de internet (nomeadamente 500mbps). No que respeita aos serviços móveis, manteve junto dos operadores existentes no mercado negociações com vista à obtenção de um acordo de *roaming* nacional (ARN) razoável que permita lançar no mercado português um serviço competitivo, de qualidade e que seja uma mais-valia para os consumidores.

A empresa detém, desde 8 de agosto de 2013, uma participação social de 100 % e respetivos direitos de voto no capital da Winreason, S.A., acionista da Oni – S.G.P.S., S.A., que é a *holding* do Grupo Oni, no qual se encontra incluída a Onitelem – Infocomunicações, S.A. Em 2020, assinou um contrato para a venda da totalidade da participação, a qual se concretizou em 2021.

A 11 de fevereiro de 2021 adquiriu 100 % da participação na Sociedade Alterlinks – Infraestruturas de Comunicações, S.A., à sociedade ONI SGPS, S.A. A Alterlinks foi criada pela cisão de parte dos ativos de rede da atividade da Onitelem – Infocomunicações, S.A.

Em 2019, a MasMovil IBERCOM, S.A. e a GAEA INVERSIÓN, S.C.R. adquiriram, em conjunto, à sociedade Cabolink S.à.r.l (anterior acionista), pertencente aos fundos KKR, 100 % da participação social e respetivos direitos de voto da sociedade Cabonitel, S.A., entidade que detém 100 % do capital social da empresa.

A Masmovil Ibercom é o quarto maior operador de telecomunicações espanhol, controlado pela Lorca Telecom. A Lorca Telecom é propriedade de um consórcio de empresas de *private equity*, incluindo KKR & Co. Inc., Cinven Ltd. e Providence Equity Partners LLC.

Em setembro de 2022, a MasMovil Ibercom celebrou um contrato com a LORCA JVCO Limited para a venda das ações e prestações acessórias que detinha da Cabonitel, e totalizavam um montante total de 39 430 805,26 euros. A partir de então, a Cabonitel passou a ser detida 100 % pela LORCA JVCO Limited.

Nessa mesma data, a Vodafone Portugal celebrou com a LORCA JVCO Limited, um acordo para a compra da Cabonitel e consequentemente da sua subsidiária Nowo Communications S.A., tendo ficado de fora da referida operação a Alterlinks. Esta operação está sujeita à aprovação da Autoridade da Concorrência e à realização de uma reorganização da estrutura do Grupo.

2022 foi um ano positivo para a NOWO. As receitas de exploração cresceram 1 %, para 64 milhões e 527 mil euros, essencialmente justificado pelo aumento das receitas do serviço móvel (MVNO) e telefone, compensadas pela redução das receitas de TV por Cabo e internet.

Comparativamente com o ano de 2021, verificou-se uma redução no total de clientes fixos (negócio convergente) de cerca de 5,7 %, nomeadamente na TV por cabo e Telefone, compensada pelo crescimento significativo nos clientes de *Mobile standalone*.

Nesse ano, a NOWO manteve o esforço de contenção de custos operacionais. No entanto, perdas imputadas a subsidiárias (Alterlinks) e a ausência da mais-valia ocorrida em 2021 relativa à alienação da Winreason, de 21 milhões de euros, colocaram os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) nos dois milhões e 132 mil euros, muito abaixo do registado em 2021 e com consequente degradação da margem respetiva. Os resultados líquidos foram negativos, com uma perda de 22 milhões e 302 mil euros (Figura 36).

Os fluxos operacionais de caixa fecharam 2022 no vermelho, resultado de maiores pagamentos a fornecedores. Os investimentos em ativos intangíveis não ocorreram, o que reduziu os níveis de investimento para metade dos registados em 2021. O *cash flow* livre também foi negativo. O EBITDA não fez montante para cobrir a dívida que se vence durante o ano de 2023.

Durante o exercício de 2022 ocorreu um reforço das prestações acessórias no montante total de 4 900 000 euros, através de entrada de dinheiro.

O endividamento total e líquido aumentou face a 2021 e a proporção de capitais próprios em relação ao ativo atingiu 34 %. A dívida líquida / EBITDA situou-se em 16x.

Em 2022, alguns financiamentos envolviam o cumprimento de diversos rácios financeiros, que não foram integralmente satisfeitos, mas os credores aceitaram proceder à fixação de novas condições do empréstimo.

FIG. 36 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	64 527	63 816	63 307	62 457	68 299	72 391	70 953	85 336	97 721
EBITDA	2 132	21 781	8 842	-20 580	-10 294	3 201	4 277	11 678	8 346
Resultado líquido	-22 302	-1 193	-12 220	-39 267	-32 644	-20 976	-19 792	-17 064	-28 284
Ativo	167 378	187 956	110 653	177 029	257 833	228 068	223 356	108 114	196 282
Passivo	109 832	113 007	103 893	158 049	270 806	256 397	230 709	95 675	166 779
Capital próprio	57 547	74 949	6 760	18 980	-12 973	-28 329	-7 353	12 439	29 503

Fonte: Demonstrações financeiras, Plataforma da Transparência dos *Media*. Resultados como Reportados. Elaboração ERC.

Operadores de televisão:

BENFICA TV, S.A.

A Benfica TV, S.A. (Benfica TV ou empresa), foi constituída em 4 de agosto de 2008 e tem como objeto todo o tipo de atividades de televisão e de operador televisivo, especificamente vocacionado para os adeptos do Sport Lisboa e Benfica e para os assuntos do clube, das suas atividades desportivas e do seu universo empresarial, incluindo a organização dos respetivos serviços administrativos e técnicos e a produção, gravação e transmissão de programas, imagens e conteúdos televisivos.

É propriedade (100 %) da Sport Lisboa e Benfica – S.G.P.S., S.A., detida pelo clube de futebol Sport Lisboa e Benfica. O exercício fiscal anual encerra-se a 30 de junho.

No decorrer da época 2021/22 a atividade da Benfica TV regressou à normalidade, nomeadamente no que concerne ao número e tipologia de emissões televisivas de eventos desportivos.

As competições retomaram os calendários habituais, o público regressou ao estádio e aos pavilhões e os planeamentos das diferentes modalidades e escalões de futebol regressaram àquilo que ocorria antes da pandemia da covid-19.

Na prestação de serviços de gestão do canal, a Benfica TV assegura por conta da Benfica SAD, através do contrato de mandato sem representação, as transmissões dos jogos caseiros do Benfica. O objeto deste contrato é a prestação de serviços por parte da Benfica TV à Benfica SAD pela qual a Benfica TV negociará e contratará, em nome próprio, mas enquanto mandatária sem representação da Benfica SAD, com as plataformas de distribuição, a difusão das suas emissões.

As receitas de exploração cresceram 61,5 % para seis milhões e 167 mil euros. O aumento dos gastos operacionais diz respeito ao aumento dos fornecimentos e serviços externos e dos gastos com o pessoal.

O acréscimo dos gastos em fornecimentos e serviços externos está relacionado com o aumento da publicidade, honorários, trabalhos especializados, rendas e alugueres, licença da marca, conservação e reparação, direitos de autor, deslocações e estadas e energia e fluídos. Uma variação parcialmente compensada com a diminuição dos materiais, dos seguros e da comunicação. Este enquadramento refletiu a retoma das atividades desportivas aos níveis antes da pandemia o que teve impacto na programação da TV.

A variação positiva da licença da marca Benfica em 73 % é explicada pelo incremento dos serviços prestados com a gestão do canal na mesma percentagem do aumento dos serviços e também com o aumento da respetiva taxa aplicada, que neste exercício passou de 3,5 % para 3,75 %.

Os gastos com o pessoal sofreram um aumento de 3 %, relacionado com os valores pagos a título de prémios de jogo a colaboradores que estão cedidos e faturados ao SLB, SAD.

Na rubrica de imparidades de dívidas a receber ocorreu a reversão da imparidade da Cabovisão (Nowo Communications, S.A.) registada na época anterior, pelo que os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), cresceram menos que o que as receitas de exploração sugerem e atingiram 618 mil euros, mais 7 % que em 2021. A margem respetiva deteriorou-se.

A variação negativa do imposto sobre o rendimento causou uma quebra de 55 % nos resultados líquidos, que se situaram em 86 mil euros.

O *cash flow* operacional saldou-se positivo, mas não foi suficiente para compensar os investimentos realizados durante 2022.

A Benfica TV não apresenta qualquer dívida financeira e o rácio de capitais próprios para o ativo melhorou para 31 %. Também não distribuiu dividendos relativos a 2022.

FIG. 37 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2022	2021	2020	2019	2018	2015	2014
Receitas de exploração	6 167	3 819	5 506	5 502	5 119	6 139	15 792
EBITDA	618	578	773	1 042	1 277	1 455	6 968
Resultado líquido	86	193	97	53	69	57	208
Ativo	6 322	9 055	8 118	7 615	6 919	7 189	21 439
Passivo	4 342	7 162	6 417	6 011	5 367	5 706	20 014
Capital próprio	1 980	1 894	1 701	1 604	1 552	1 483	1 425

Fonte: Demonstrações financeiras, Plataforma da Transparência dos *Media*. Elaboração ERC.

SPORT TV PORTUGAL, S.A.

A Sport TV Portugal, S.A. (Sport TV ou empresa), nasceu em 1998 e foi o primeiro canal de televisão português inteiramente dedicado à transmissão de conteúdos desportivos. Esta empresa pode dedicar-se à conceção, realização, produção e comercialização de conteúdos de eventos desportivos para teledifusão por qualquer meio, aquisição e revenda de direitos de transmissão televisiva dos eventos e exploração de publicidade (Figura 38).

Com dois anos de vida lançou o *website* sporttv.pt, em 2006 a SPORT TV 2 e com a comemoração do 10.º aniversário surgiu um *rebranding* do canal e lançou a SPORT TV 3 e a SPORT TV África. Foi também neste ano que fez o primeiro teste de transmissão em alta definição, com a final da NBA entre os Boston Celtics e os LA Lakers. Este investimento precedeu, no ano seguinte, o lançamento da SPORT TV HD, o único canal português com transmissão em alta resolução das principais competições europeias e mundiais de futebol e de outras modalidades, à época.

Em 2010, foram lançados os canais SPORT TV Golfe, SPORT TV Américas e a SPORT TV Liga Inglesa, que surgiram para responder às necessidades de grupos específicos de consumidores.

Em 2011, lançou a SPORT TV 4, acompanhando a diversificação e otimização dos seus conteúdos e assumiu o formato 16:9, com emissão 24 horas por dia e a transmissão em HD de todos os canais.

Um dos maiores passos em direção à otimização tecnológica foi dado em 2013, com a SPORT TV Multiscreen, que permitiu aceder à emissão através de qualquer aparelho, e com a SPORT TV Multiroom que, com uma subscrição apenas, possibilitou o acesso à SPORT TV em duas divisões da casa. No ano seguinte, foi o *Host Broadcaster* da final da UEFA *Champions League*, que decorreu em Lisboa.

Em 2016, foi criada a SPORT TV+, o canal com transmissão de conteúdos desportivos, pautando-se por uma programação *made in* e by Sport TV. Este foi também o ano do 4k. A Sport TV foi o primeiro canal português a transmitir um evento desportivo, a final da *Champions* entre o Real Madrid e o Atlético Madrid, com a tecnologia 4k, que permitiu aumentar em quatro vezes a qualidade da imagem. Este primeiro passo, em 2016, confirmou uma aposta permanente em 2017, com o início das emissões regulares em 4k.

Em 2019, atingiu um novo patamar na luta contra a pirataria em jogos da Liga Portuguesa de Futebol, com um modelo de bloqueio em tempo real de *streams* e listas de piratas.

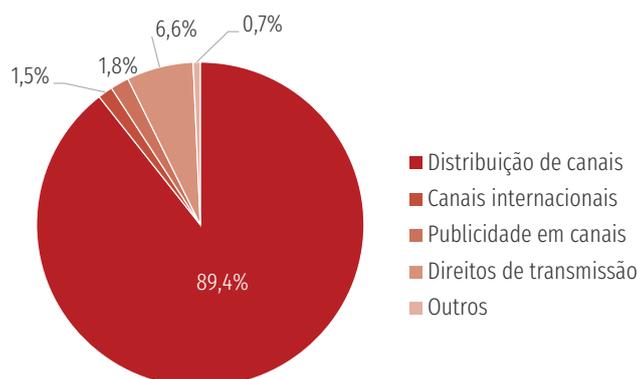
Em 2020, logo em fevereiro, a Sport TV garantiu a totalidade dos direitos de transmissão do Campeonato da Europa de Futebol UEFA Euro 2020, mas resultado da pandemia e da ausência de eventos desportivos, reinventou a grelha recorrendo a novos conteúdos, conteúdos de arquivo, e-sports e à redução de sete para quatro canais.

Em 2021 foi lançado o 6º canal - Sport TV 6 - e um serviço *pay-per-time* de cinco dias.

A Sport TV é propriedade dos principais distribuidores de STVS portugueses, designadamente MEO, NOS e Vodafone, cada um com 25 %, e da Olivedesportos, S.G.P.S., S.A., de Joaquim Oliveira (25 %).

Em dezembro de 2020, a Sport TV procedeu a alteração da data de encerramento do exercício económico anual, de 31 de dezembro para 30 de junho. Não dispondo de dados anuais relativos ao período junho 2020-junho 2021, a análise seguinte é mais limitada.

FIG. 38 - COMPOSIÇÃO DAS RECEITAS DE EXPLORAÇÃO EM 2022



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Em 2021/22 o aumento do número de subscritores e a redução dos custos, designadamente dos relacionados com os direitos de transmissão e custos de produção explicaram o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA). O custo mais relevante para a empresa continuou a ser o custo com direitos de transmissão adquiridos, que representaram, em 2022, 16 % das receitas. Em seis meses de 2021 esta percentagem atingiu 20 % e no exercício anual de 2020, 13 %. O EBITDA atingiu 159 milhões e 686 mil euros e os resultados líquidos 8 milhões e 360 mil euros, face a prejuízos em 2020.

A capacidade de geração de *cash flow* operacional manteve-se positiva e mais que cobriu os investimentos realizados em 2022. O Capex visou modernizar e reforçar a capacidade de produção e emissão dos canais da Sport TV.

Tanto o *cash flow* operacional como o EBITDA foram suficientes para pagar a dívida que se vence no exercício económico seguinte.

FIG. 39 - SUMÁRIO DE INDICADORES FINANCEIROS

Milhares de euros	2021/22	2020	2019	2018	2017	2016
Receitas de exploração	217 882	189 448	188 012	187 112	184 578	150 360
EBITDA	159 686	143 120	134 882	122 864	110 933	79 529
Resultado líquido	8 360	-6 809	-13 939	2 974	4 881	-11 275
Ativo	47 936	176 418	183 961	171 946	156 467	167 400
Passivo	31 176	165 254	165 988	140 034	127 529	155 593
Capital próprio	16 760	11 164	17 973	31 912	28 938	11 808

Fonte: Demonstrações financeiras, Plataforma da Transparência dos Média. Elaboração ERC.

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



1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo é construído a partir das informações comunicadas ao abrigo das obrigações legais da transparência dos *media*, sobre titularidade, gestão e meios de financiamento, disponibilizadas ao público através do Portal da Transparência da ERC¹. Recorde-se que, desde 1 de janeiro de 2022, a transmissão à ERC dos elementos relativos à titularidade do capital, dos direitos de votos e dos órgãos sociais passou a concentrar-se exclusivamente no cumprimento do regime jurídico da transparência. A entrada em vigor do Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, relativo ao registo dos órgãos de comunicação social, veio precisamente solucionar a dupla comunicação à ERC destes dados.

O regime jurídico da transparência visa a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

¹ Disponível em <https://portaltransparencia.erc.pt/>

A 30 de junho de 2023 o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1437 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social (menos 26 do que no ano anterior), detentoras de 1906 órgãos de comunicação social (mais 58).

A comunicação social é a atividade principal de 60 % das entidades proprietárias (menos 1 p.p. do que no ano anterior), o que confirma que, além de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. Neste âmbito, continuam a autonomizar-se, pela sua importância e dimensão, algumas esferas de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, as religiões, os partidos políticos e os sindicatos.

Um total de 76 % dos OCS registados na Plataforma da Transparência consiste em publicações periódicas em papel, papel/*online* ou exclusivamente *online*. Um terço dos órgãos de comunicação social – correspondente a publicações periódicas em suporte *online* e a *webrádios* e *webTV* – é exclusivamente digital.

Aproximadamente metade das entidades proprietárias (46,9 %) e dos meios de comunicação social (53,1 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto.

As pessoas coletivas tendem a concentrar-se na figura jurídica das sociedades comerciais, com os seus vários tipos (56,1 % dos proprietários).

Salienta-se, igualmente, a elevada proporção de proprietários que correspondem a pessoas singulares (perto de um quinto), os quais detêm, na maioria, publicações periódicas (82 %). Os restantes 18 % detêm serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI).

Na paisagem mediática nacional prevalecem entidades de pequena dimensão, que prosseguem essencialmente a atividade de imprensa (em suporte em papel e *online*) e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios.

O ano de 2022 fica marcado por movimentações no setor ao nível da propriedade, de que se destacam, entre as mais significativas:

- a) A aquisição à Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A., pela Páginas Civilizadas, Lda., sociedade cujo beneficiário efetivo é Marco Belo Galinha (Grupo Bel), de 22,35 % do capital da Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A.;
- b) A aquisição pelo grupo alemão Bauer do controlo exclusivo sobre a MCR II - Media Capital Rádios, S.A. (atual BMHAudio Portugal Holdings, Unipessoal, Lda. & Comandita), operação sobre a qual a ERC não manifestou oposição²;
- c) Aquisição pela sociedade Media9Par, S.A., das publicações periódicas Novo Semanário, OJE – O Jornal Económico e Económico Madeira (por cedência, respetivamente, da Lapanews, Edições e Comunicações, S.A., e da Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A.). A Emerald, acionista da Media9Par, é detentora direta da Forbes África Lusófona e da Forbes Portugal e titular de uma participação de 40 % na Inevitável e Fundamental, Lda., detentor do Polígrafo;
- d) Aquisição pela sociedade de capital de risco ALPAC da totalidade do capital da Sunny Meridian, Unipessoal, Lda., empresa que detém 91 % da Newsplex, S.A., proprietária dos jornais Nascer do Sol e I Inevitável.

² A ERC autorizou igualmente a alteração de domínio dos 14 operadores de rádio pertencentes ao grupo MCR II, através da Deliberação ERC/2022/138 (AUT-R), de 11 de maio.

2. ENQUADRAMENTO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

2.1 Âmbito de aplicação

O regime jurídico da transparência dos *media*³ abrange todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prosseguem atividades de comunicação social. Correspondem praticamente ao universo de entidades reguladas pela ERC⁴, tipificadas no artigo 6.º dos seus Estatutos, nomeadamente:

- As **agências noticiosas**;
- As pessoas singulares ou coletivas que editam **publicações periódicas**;
- Os **operadores de rádio e de televisão**;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem ao público, através de **redes de comunicações eletrónicas, serviços de programas de rádio ou de televisão**;
- As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, **conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente**;
- Os **operadores de serviços audiovisuais a pedido**.

O universo regulado é composto por um elevado número de pessoas singulares e coletivas⁵, de dimensão díspar e de natureza jurídica muito diversa.

À data de 31 de dezembro de 2022, esse universo integrava 2215 registos ativos de órgãos de comunicação social, com a distribuição que consta da Figura 1.

FIG. 1 – ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL REGISTADOS NA ERC, POR TIPO (30.06.2023)

Tipo de órgão de comunicação social	N.º	%
Publicações periódicas*	1710	77,2%
Operadores de rádio	272	12,3%
Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela Internet	181	8,2%
Operadores de televisão	24	1,1%
Operadores de serviços audiovisuais a pedido	14	0,6%
Operadores de distribuição	11	0,5%
Empresas noticiosas	2	0,1%
Operadores de Plataformas de Partilha de Vídeos	1	0,0%
Total	2215	100,00%

*Inclui publicações anotadas e registos provisórios
Fonte: ERC

3 Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, regulamentada pelo Regulamento da ERC n.º 835/2020, de 2 de outubro, que revogou o Regulamento n.º 348/2016, de 1 de abril.

4 A referência deste universo é a base de dados de registos ativos dos órgãos de comunicação social gerida pela Unidade de Registos da ERC. Deve ressaltar-se que, para efeitos de aplicação da Lei da Transparência, foram excluídas i) as entidades que têm publicações periódicas meramente anotadas na Unidade de Registos, ou seja, aquelas que são editadas por organismos públicos; as publicações periódicas cujos registos ainda não foram convertidos em definitivos. À luz do Decreto-Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, artigo 15.º, n.º 2, as inscrições de publicações periódicas convertem-se em definitivas com a apresentação, junto da ERC, do primeiro exemplar publicado, em prazo não superior a 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial. A este respeito, recomenda-se a consulta do capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”, no presente Relatório de Regulação.

5 As pessoas coletivas correspondem juridicamente a sociedades comerciais, mas também a associações, cooperativas, fábricas de igreja, fundações ou Instituições Particulares de Solidariedade Social.

2.2. Dimensões da transparência dos *media*

As dimensões da transparência dos *media* concretizam-se em três pilares fundamentais – titularidade, gestão e meios de financiamento. Todas as entidades abrangidas, independentemente da sua forma jurídica, devem comunicar à ERC a respetiva relação dos titulares das participações sociais, a composição dos órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos. Adicionalmente, se for aplicável, devem descrever as “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 % do capital social). As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda reportar os principais fluxos financeiros, clientes relevantes (representantes de 10 % ou mais dos rendimentos) e detentores relevantes dos passivos (representantes de 10 % ou mais dos passivos). As sociedades comerciais devem igualmente elaborar um relatório anual sobre as práticas de governo societário por si adotadas (Figura 2).

FIG. 2 - SÍNTESE DAS INFORMAÇÕES A COMUNICAR À ERC NO ÂMBITO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

Áreas de reporte	Quem comunica?	O quê?	Quando?
Titularidade (direta e indireta)	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Titulares das participações sociais; cadeia de imputação das “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 %); aumento ou redução da percentagem de participação	Comunicação inicial e atualizações
Gestão	Todos os regulados (pessoas coletivas)	Composição dos órgãos sociais	Comunicação inicial e atualizações
Órgãos de comunicação social	Todos os regulados (pessoas singulares e coletivas)	Identificação do(s) OCS detido(s)/ editado(s); identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos	Comunicação inicial e atualizações
Dados financeiros	Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada	Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo	Anualmente, até 30 de junho
Governança corporativa	Sociedades comerciais reguladas	Relatório de governo societário	Anualmente, até 30 de abril

2.3. Caracterização das entidades registadas na Plataforma da Transparência

Neste ponto apresenta-se uma visão panorâmica dos elementos comunicados pelos Regulados na Plataforma da Transparência e exibidos publicamente no Portal da Transparência.

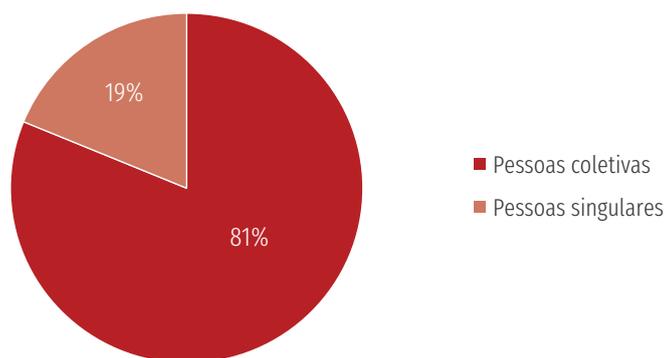
Os dados apresentados neste subponto dizem respeito a entidades que **detêm diretamente** órgãos de comunicação social, ou seja, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma Digital da Transparência. Designamos estas entidades por “entidades-base”.

É a este nível que são comunicados os titulares de órgãos sociais, os dados financeiros, relatórios de governo societário e a titularidade direta das participações sociais. É também a partir deste nível que são reconstituídas cadeias de titularidade indireta, quando estão em causa “participações qualificadas”.

A 30 de junho de 2023, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre **1437 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras diretas de 1906 órgãos de comunicação social**.

Um total de 81 % destas entidades corresponde a pessoas coletivas e 19 % a pessoas singulares, detendo estas últimas publicações periódicas ou serviços de rádio e de televisão distribuídos exclusivamente pela internet (os únicos tipos de OCS que podem ser detidos por singulares) (Figura 3).

FIG. 3 – PESSOAS SINGULARES E COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



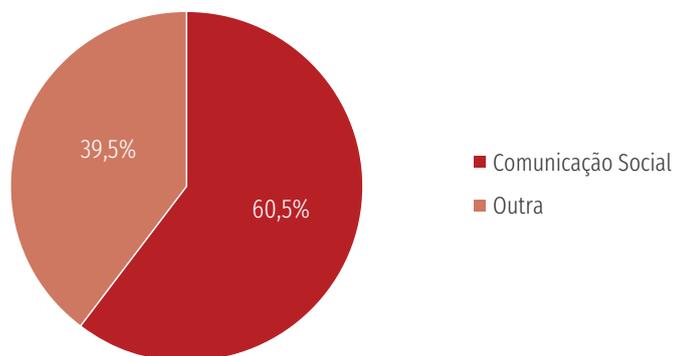
Fonte: ERC - Portal da Transparência
N=1437 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social

A Comunicação social é atividade principal de 60 % das entidades proprietárias / editoras

Um conjunto de **60 % das entidades registadas tem como atividade principal a comunicação social**⁶.

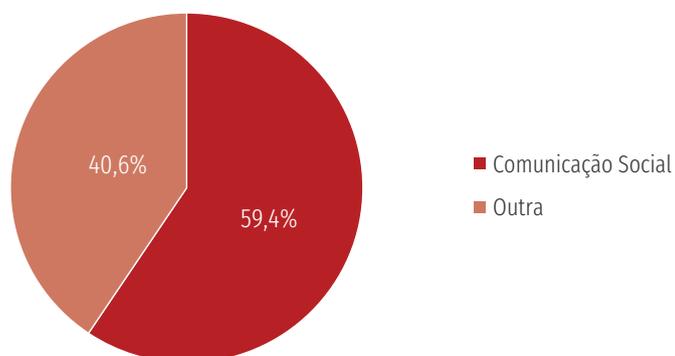
Se olharmos apenas para as pessoas singulares registadas, 60,5 % têm como atividade principal a comunicação social; no que diz respeito às pessoas coletivas essa percentagem desce para 59,4 % (Figuras 4 e 5).

FIG. 4 - ATIVIDADE PRINCIPAL DAS PESSOAS SINGULARES QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

FIG. 5 - ATIVIDADE PRINCIPAL DAS PESSOAS COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

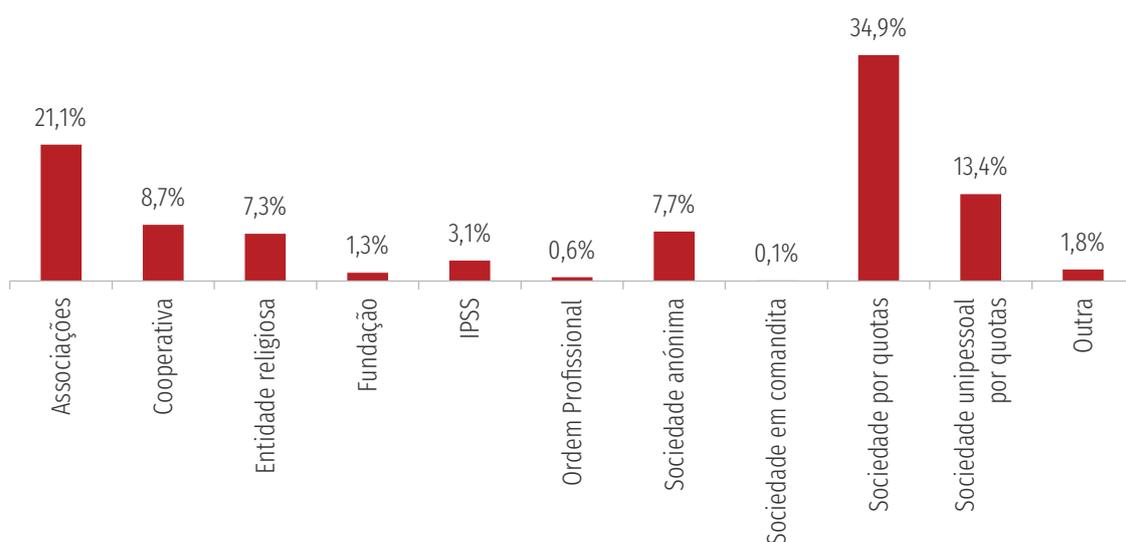
⁶ É solicitado às entidades registadas na Plataforma da Transparência que indiquem se a sua atividade principal é a "comunicação social" ou "outra".

Concentração na figura jurídica do proprietário: 56,1 % são sociedades comerciais

Numa caracterização do “tipo de sociedade” das entidades coletivas que prosseguem atividades de comunicação social, predominam as sociedades comerciais como figuras jurídicas, nos seus vários tipos: 56,1 %. As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e, a larga distância, as cooperativas e as entidades religiosas.

As sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (34,9 %), seguindo-se as associações (21,1 %), as sociedades unipessoais por quotas (13,4 %), as cooperativas (8,7 %), as sociedades anónimas (7,7 %), e as entidades religiosas (7,3 %), que correspondem, sobretudo, a fábricas de igreja. As demais figuras jurídicas são residuais (Figura 6).

FIG. 6 - TIPO DE ENTIDADE DAS PESSOAS COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



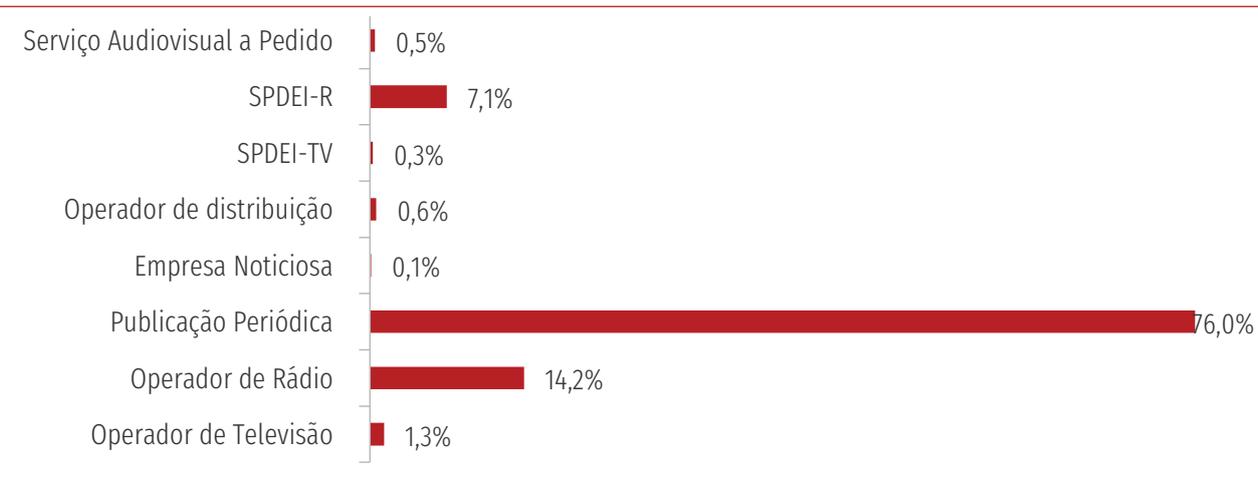
Fonte: ERC – Portal da Transparência

A categoria “Outra” inclui Comunidade intermunicipal; Federação; Herança indivisa; Instituto; Junta de freguesia; Município; Partido político; Pessoa coletiva de direito público; e Sindicato / organização sindical.

Concentração em tipo de OCS: 76 % são publicações periódicas em papel ou papel/ *online*. Um quarto é exclusivamente digital

As publicações periódicas (PP) em suporte papel ou papel/*online* são o principal tipo de órgão de comunicação social detido pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social (76 %)⁷. Seguem-se os operadores de rádio, que representam 14,2 % dos OCS registados, e os serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet (SP-DEI) que, em conjunto (*webrádio* e *webtv*), representam 7,6 %. Por comparação, é residual o número de operadores de televisão, agências noticiosas, operadores de distribuição e operadores de serviços audiovisuais a pedido registados, apesar de corresponderem a algumas das maiores empresas do setor (Figura 7). Os meios em suporte exclusivamente *online*, publicações periódicas e serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet correspondem a cerca de um terço do universo de OCS registados na Plataforma da Transparência.

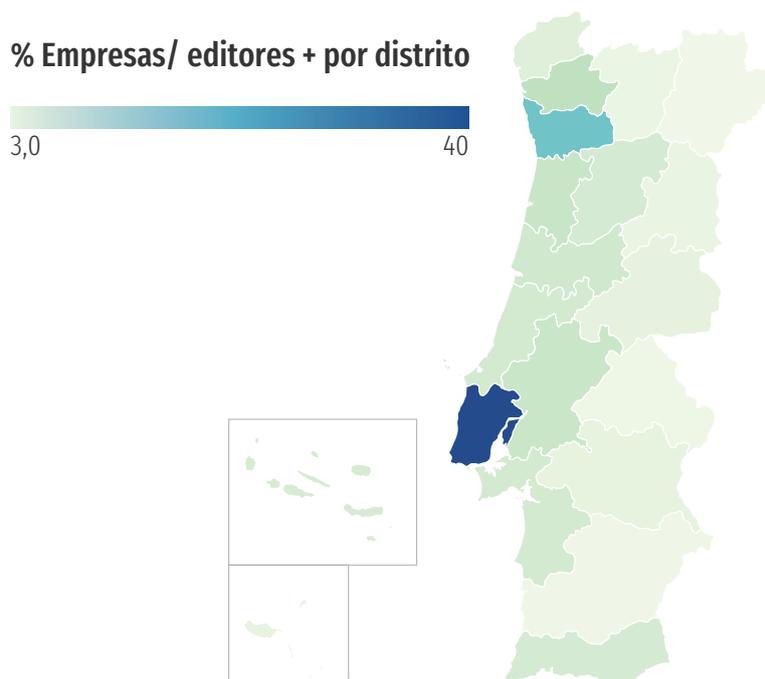
FIG. 7 - TIPOS DE OCS DETIDOS PELAS ENTIDADES QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência - N=1906 órgãos de comunicação social

Concentração geográfica: Lisboa e Porto com 47 % das entidades proprietárias / editoras e com 53 % do total de OCS

FIG. 8 - MAPA DA LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DAS ENTIDADES QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

⁷ Categoria "PP papel ou papel/*online*", que compreende publicações periódicas registadas na ERC em suporte "papel", "*online*" ou "papel e *online*".

Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa e Porto, concentram o maior número de entidades de comunicação social e de OCS: Lisboa com cerca de 34,1 % das entidades proprietárias/editoras e 40,4 % dos OCS; Porto com cerca de 12,8 % das entidades proprietárias/editoras e 12,7% dos OCS. Em sentido contrário, Beja, Bragança, Portalegre e Vila Real correspondem aos distritos com menor número de entidades proprietárias/editoras e OCS. Aproximadamente 5,5 % das entidades proprietárias/editoras e 5 % dos OCS estão sedeados nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (Figura 9).

FIG. 9 - ORIGEM GEOGRÁFICA DAS ENTIDADES QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E DOS OCS (30.06.2023)

Distrito / Região	Entidades detentoras / editoras (%)	OCS (%)
Aveiro	4,8%	4,3%
Beja	1,1%	1,0%
Braga	5,8%	5,8%
Bragança	1,0%	1,0%
Castelo Branco	2,1%	1,7%
Coimbra	4,1%	3,8%
Évora	2,0%	1,5%
Faro	3,6%	3,4%
Guarda	1,7%	1,4%
Leiria	3,8%	3,3%
Lisboa	34,1%	40,4%
Portalegre	1,2%	1,0%
Porto	12,8%	12,7%
Santarém	4,7%	4,1%
Setúbal	3,8%	3,1%
Viana do Castelo	2,6%	2,1%
Vila Real	1,5%	1,2%
Viseu	3,6%	3,3%
RAM	2,0%	2,0%
RAA	3,5%	3,0%
TOTAL	100,0%	100,0%

Fonte: ERC - Portal da Transparência

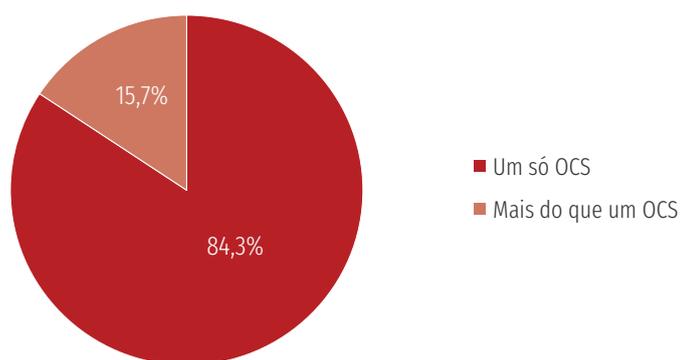
Baixa concentração de número e tipos de OCS

A grande maioria das entidades-base de comunicação social (84,3 %) detém um único órgão de comunicação social, apresentando, nesta dimensão, um baixo nível de concentração (Figura 10). No entanto, o nível de concentração poderá aumentar quando se analisa a titularidade do capital social e a composição dos órgãos sociais destas entidades, conforme descrito adiante no ponto dedicado aos grupos de *media*.

As restantes 15,7 % possuem mais do que um órgão de comunicação social, usualmente de um só tipo (publicações periódicas e, mais excepcionalmente, *webrádios*).

Uma minoria das entidades – 10,2 % – são multimédia, na aceção em que possuem um portefólio em que combinam órgãos de comunicação social de diferentes tipos (Figura 10).

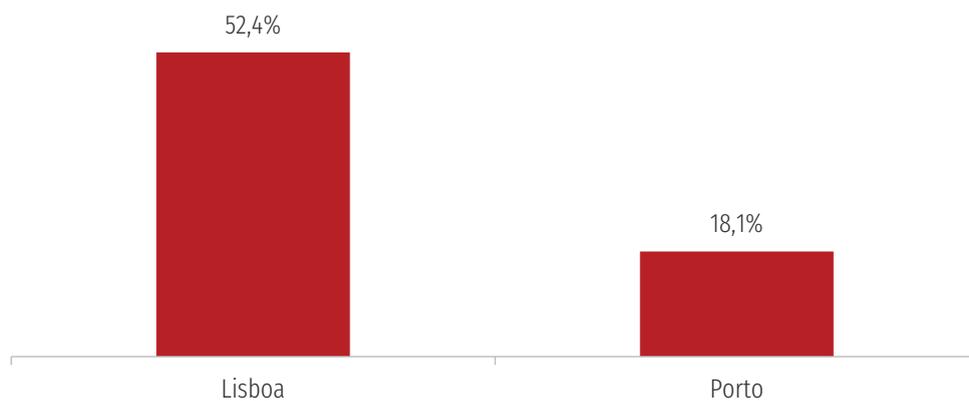
FIG. 10 - N.º DE OCS DAS PESSOAS SINGULARES E COLETIVAS QUE PROSSEGUEM ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (30.06.2023)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

As entidades de comunicação social com mais do que um OCS de um só tipo (monomedia) foram identificadas essencialmente na área da imprensa e estão concentradas no distrito de Lisboa (Figura 11).

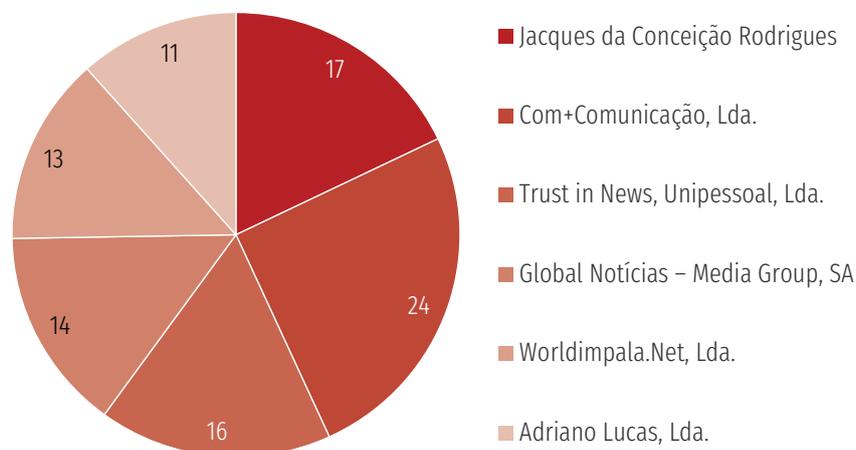
FIG. 11 – DISTRIBUIÇÃO DE ENTIDADES COM MAIS DO QUE UM OCS DE UM SÓ TIPO (MONOMEDIA) POR DISTRITO (30.06.2023)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

Por outro lado, um total de seis editores, identificados na Figura 12, possui dez ou mais publicações periódicas.

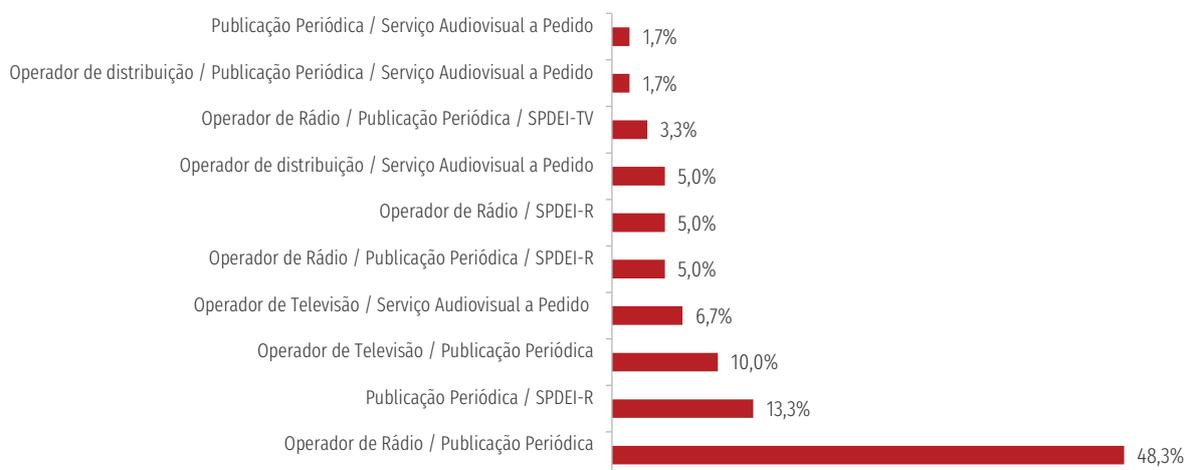
FIG. 12 – PROPRIETÁRIOS DE OCS COM 10 OU MAIS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS (30.06.2023)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

Entre as entidades detentoras de meios de comunicação de diferentes tipos (multimédia), a combinação mais comum é entre operador de rádio e imprensa (Figura 13).

FIG. 13 – COMBINAÇÕES DE TIPOS DE OCS DAS ENTIDADES MULTIMÉDIA (30.06.2023)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

3. ANÁLISE DOS MEDIA POR DIFERENTES ÁREAS E SETORES DE ATIVIDADE

Neste ponto prossegue-se a análise perspectivada a partir da exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes. A grande maioria dos OCS agrupados por áreas de atividade e setores são, como esperado, as publicações periódicas e, entre estas, as publicações periódicas de conteúdo especializado. A grande maioria destas publicações é detida por proprietários que se encontram no setor de atividade a que correspondem as temáticas das respetivas publicações periódicas. No entanto, algumas são editadas por empresas que têm como atividade principal a comunicação social. Por outro lado, variadas empresas ou empresários de determinado setor poderão ter interesse em investir na área da comunicação social, e assim encontramos empresas e empresários, ou outro tipo de entidades, de diferentes áreas de atividade, religiões ou culturas (exemplos: setor da construção civil, setor da distribuição, igrejas, etc.) com ligações à atividade de comunicação social, ora por via da titularidade ora por via da participação em órgãos sociais de empresas de *media*, normalmente no órgão de direção, quando são também titulares das respetivas participações sociais, ou em órgãos consultivos, quando não detêm participações sociais na entidade que prossegue atividades de comunicação social. De forma resumida, da análise das entidades e OCS registados no Portal da Transparência, resultam:

- OCS generalistas detidos por entidades ou empresários cuja atividade principal não é a comunicação social;
- OCS especializados (principalmente publicações periódicas) detidos ou editados por entidades que se encontram na área da comunicação social, a grande maioria empresas jornalísticas.

3.1 Entidades e OCS relacionados com Bens e Atividades Essenciais

O setor primário e os bens essenciais, a par das inerentes atividades de distribuição, em especial, de alimentos, assumiram especial relevância em 2022, daí virem destacados neste ponto, assim como o tipo de proprietários e/ou editores que os detêm.

À data de 30 de junho de 2023 encontravam-se registadas na Plataforma da Transparência diversas entidades proprietárias ou editoras de publicações periódicas cuja atividade principal é desenvolvida no setor primário, muitas vezes em conjugação com outros setores. Na Figura 14 estão identificadas as publicações periódicas, os proprietários e os editores dedicados a esta área, assim como alguns grupos de *media* especializados na produção de conteúdos ou na gestão de PP relacionadas com este tipo de atividade económica.

FIG. 14 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS E OUTROS OCS, PROPRIETÁRIOS E / OU EDITORES NO SEGMENTO DE BENS E ATIVIDADES ESSENCIAIS (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE do Editor
Água & Ambiente	About Media - Comunicação, Lda.	58130 - Edição de jornais	About Media - Comunicação, Lda.	58130 - Edição de jornais
Ruminantes	Aghorizons, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Aghorizons, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agro-Manual	Agro-Manual, Publicações, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Agro-Manual Publicações, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agrotec - Revista Técnico-Científica Agrícola TecnoAlimentar	Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Agropress - Comunicação Especializada, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Gazeta Rural	Classe Média - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.	58130 - Edição de jornais	Classe Média - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.	58130 - Edição de jornais
Paixão Pelo Vinho	Purplesummer - Media & Events, Unipessoal, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição	Purplesummer - Media&Events, Unipessoal, Lda.	58190 - Outras Atividades de edição
A Planície	SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.	60100 - Atividades de rádio	SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.	60100 - Atividades de rádio
Campo & Jardim Cozinha Saudável	Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	n/a	Silva & Rocha Editores, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Vida & Saúde Natural	Zenelly Publishing Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Zenelly Publishing, Publicações, Unipessoal Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Abolsamia	Nugon - Publicações e Representações Publicitárias, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Nuno Gonçalo L. Botelho Gusmão	n/a
ALIMENTAR	Induglobal, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Induglobal, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Máquinas Agro	Presstrans - Editora de Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Presstrans - Editora de Publicações, Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Recursos Hídricos	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos	72200 - Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos	72200 - Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Agricultura e Mar Actual	Carlos José Coelho Caldeira	n/a	Carlos José Coelho Caldeira	n/a

FIG. 14 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS E OUTROS OCS, PROPRIETÁRIOS E / OU EDITORES NO SEGMENTO DE BENS E ATIVIDADES ESSENCIAIS (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE do Editor
Vestir	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX	Portaria n.º 135/2011, de 4 de abril	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX	Portaria n.º 135/2011, de 4 de abril
Mundo Rural	Acção Católica Rural	94910 - Atividades de organizações religiosas	Acção Católica Rural	94910 - Atividades de organizações religiosas
Ovelha	ACOS - Associação de Agricultores do Sul	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	ACOS - Associação de Agricultores do Sul	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Revista Agros Força da União	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL	46331 - Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL	46331 - Comércio por grosso de leite, seus derivados e ovos
Espaço Rural	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL	94995 - Outras Atividades associativas, n. e	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL	94995 - Outras Atividades associativas, n. e
Vida Rural	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares	IF Executives-Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares
Jovens Agricultores	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Produtores de Leite	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Revista do Agricultor	Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Notícias CAP				
Suinicultura	Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Federação Portuguesa de Associações de Suinicultores	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
A Padaria Portuguesa - Revista da ACIP	ACIP - Associação do Comércio e da Indústria de Panificação, Pastelaria e Similares	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais	ACIP - Associação do Comércio e da Indústria de Panificação, Pastelaria e Similares	94110 - Atividades de organizações económicas e patronais
Dão Digital (web rádio)	COAPE - Cooperativa Agro-Pecuária dos Agricultores de Mangualde, CRL	47192 - Outros estabelecimentos 36001 - Captação e tratamento de água 1610 - Serviços para agricultura		

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

Nesta análise identificámos os CAE (códigos de atividade económica) tanto dos proprietários como dos editores das publicações periódicas identificadas na Figura 11 com o objetivo de os agruparmos por tipo de atividades principais e apurar se as entidades proprietárias e/ou editoras pertencem aos mesmos ramos de atividade.

Verificámos, em primeiro lugar, que as PP i) A Padaria Portuguesa - Revista da ACIP; ii) Suinicultura; iii) Revista do Agricultor e Notícias CAP, iv) Jovens Agricultores; e v) Produtores de Leite têm, cada uma, o mesmo proprietário e editor e todas são entidades que declaram como atividade principal/CAE o n.º 94110 - Atividades de organizações económicas e patronais. Ou seja, todas estas entidades representam os produtores dos vários setores relacionados com os Bens e Atividades Essenciais.

Já a grande maioria das publicações periódicas aí identificadas têm como proprietários e/ou editores empresas que declaram como atividade principal a edição de revistas e de outras publicações periódicas.

3.1.1 Entidades e OCS relacionados com a distribuição e exploração de áreas comerciais

As atividades associadas à produção e exploração de bens essenciais têm uma relação de grande proximidade com as grandes superfícies comerciais e de distribuição, responsáveis por uma grande fatia da venda daqueles bens ao público. Estas últimas são também entidades proprietárias de órgãos de comunicação social próprios, normalmente publicações periódicas. Já os editores das PP propriedade destas superfícies comerciais são, na maioria, entidades independentes que têm como atividade principal a comunicação social ou a edição de conteúdos para a comunicação social (Figura 15).

FIG. 15 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS, PROPRIETÁRIOS E / OU EDITORES RELACIONADOS COM A DISTRIBUIÇÃO E EXPLORAÇÃO DE ÁREAS COMERCIAIS (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	CAE Principal do Proprietário	Editor	CAE do Editor
Sabe Bem Faz Bem	Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A.	47111 - Comércio a retalho em supermercados e hipermercados 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	Cofina Media, S.A.	60200 - Atividades de televisão 58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Continente Magazine	Modelo Continente Hipermercados, S.A.	47111 - Comércio a retalho em supermercados e hipermercados	Edit Público MKT Publishing	58130 - Edição de jornais
Hipersuper	WorkMedia - Comunicação, S.A.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas 58130 - Edição de jornais	WorkMedia - Comunicação, S.A.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas 58130 - Edição de jornais
Distribuição Hoje	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares	IF Executives-Edições e Formação, S.A.	82300 - Organização de feiras, congressos e outros eventos similares
Apetece	El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.	47191 - Comércio a retalho não especializado, sem predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, em grandes armazéns e similares	El Corte Inglés Grandes Armazéns, S.A.	47191 - Comércio a retalho não especializado, sem predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco, em grandes armazéns e similares
Gourmet Magazine	El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.		The Hotel - Room for Ideas	
Vida Celeiro	Supermercado Rocha, S.A.	47292 - Comércio a retalho de produtos alimentares, naturais e dietéticos, em estabelecimentos especializados	Supermercado Rocha, S.A.	47292 - Comércio a retalho de produtos alimentares, naturais e dietéticos, em estabelecimentos especializados

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

Verificámos que superfícies comerciais como a Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A., e a Modelo Continente Hipermercados, S.A., contratam como editores das suas revistas entidades editoras pertencentes a grupos de comunicação social de grande e média dimensão.

3.2 Entidades e OCS de temática de Saúde e Bem-estar

Os OCS tipicamente detidos pelas entidades do setor da saúde e bem-estar são as publicações periódicas. No entanto, existe também um operador televisivo completamente dedicado a esta temática, autorizado pela ERC em 2018: a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., detentor do serviço de programas S+. A entidade proprietária, a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., é detida a 100 % pela Mediapro Portugal SGPS, S.A., a qual também detém uma participação qualificada (17 %) num outro operador televisivo em Portugal: a Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., cujo serviço de programas, generalista, é o Porto Canal.

A Mediapro Portugal SGPS, S.A., é uma empresa detida a 100 % pela Mediaproduccion SLU, empresa internacional com sede em Espanha que tem como objeto fornecer serviços técnicos e criativos para o setor do audiovisual em todo o mundo.

Na Figura 16 estão indicadas as entidades que detêm, cada uma, pelo menos dois OCS dedicados à saúde e bem-estar.

FIG. 16 - ENTIDADES DETENTORAS / EDITORAS DE DUAS OU MAIS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DEDICADAS À SAÚDE E BEM-ESTAR (30.06.2023)

Entidade proprietária / editora	Códigos de Atividade Económica	Publicações Periódicas
Editora Códigopro - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	OpticaPro
		DentalPro
		Oftalpro
		Labpro
		CódigoPro
Proprietário: Plot - Content Agency, S.A. / Editor: How-House of Words, Lda.	58140 - Edição de revistas e de outras publicações periódicas	PH+ Informação com a sua farmácia
		Prevenir
		SV-Saber Viver
Proprietário: Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira Editor: Lazeres & Prazeres, Investimentos, Unipessoal, Lda.	58140 - Revistas e periódicos	Saúde e Bem-Estar
		Cozinha Saudável
		Viajar - Aviação Comercial e Turismo
		Campo e Jardim

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

Apurámos ainda que as sociedades comerciais ou empresários em nome individual com atividades principais típicas da área da comunicação social, tais como i) Edição de revistas e de outras publicações periódicas e ii) Agências de publicidade, são também proprietárias dos meios de comunicação social (essencialmente publicações periódicas) associados a este setor. Nota-se que existe uma aposta destas empresas na especialização da redação de conteúdos para a área da saúde e bem-estar, que se manteve em 2022, apesar de alguns cancelamentos.

Por seu turno, as ordens profissionais como a Ordem dos Médicos e a Ordem dos Farmacêuticos e, também, o Sindicato dos Enfermeiros e outras entidades pertencentes à área da prestação de cuidados de saúde detêm as suas próprias publicações periódicas, reportando diretamente à ERC dados financeiros e dados relativos à composição dos respetivos órgãos sociais. O mesmo sucede com algumas sociedades científicas e associações de doentes descritas na Figura 17.

FIG. 17 - ORGANIZAÇÕES DA ÁREA DA SAÚDE E BEM-ESTAR DETENTORAS DE PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS SOBRE ESTA TEMÁTICA (30.06.2023)

Entidade proprietária / editora	Publicação Periódica
Associação Nacional dos Ópticos	Ver
Associação Portuguesa de Insuficientes Renais – APIR	Nefrâmea
Associação Saúde Infantil de Coimbra - ASIC	Saúde Infantil
Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	LPCDR Info Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas
Sociedade Portuguesa de Cardiologia	Revista Portuguesa de Cardiologia
Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla	Boletim Esclerose Múltipla
APDP - Associação Protectora dos Diabéticos de Portugal	Diabetes - Viver em Equilíbrio
Associação de Apoio aos Doentes Depressivos e Bipolares – ADEB	Bipolar
Associação Portuguesa de Hemofilia e de outras Coagulopatias Congénitas (APH)	Hemofilia
Ordem dos Médicos	Acta Médica Portuguesa
	Nortemédico
Ordem dos Médicos Dentistas	OMD - Revista da Ordem dos Médicos Dentistas
Ordem dos Farmacêuticos	Revista da Ordem dos Farmacêuticos
Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa - Instituto Politécnico de Lisboa	Saúde & Tecnologia
Luz Saúde, SA	Informação Hospital da Luz
Hospital Particular do Algarve, S.A.	HPA Magazine
Provincia Portuguesa da Ordem Hospitaleira de S. João de Deus	Hospitalidade

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

A temática saúde e bem-estar conta com pelo menos uma *webrádio*, a Liga-te.HST.rádioonline, da Liga dos Amigos do Hospital de Santo Tirso.

3.3 Entidades e OCS da área do Desporto

Na área do Desporto, assumem especial relevância os operadores televisivos, no total de sete, dos quais três são propriedade direta ou indireta de clubes de futebol. O Canal 11, autorizado pela Deliberação ERC/2019/122 (AUT-TV), de 8 de maio, é indiretamente detido pela Federação Portuguesa de Futebol (Figura 18).

FIG. 18 - OPERADORES TELEVISIVOS DETIDOS POR ENTIDADES DESPORTIVAS OU COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO DESPORTIVO (30.06.2023)

Serviço de programas televisivo	Classificação	Operador televisivo	Data de autorização
Porto Canal	Generalista	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	28-09-2006
BTV 1	Temática - Desporto	Benfica TV, S.A.	30-09-2008
Fuel TV	Temática - Desporto	Fuel TV - EMEA, S.A.	03-02-2016
SPORT TV 1	Temática - Desporto	Sport TV Portugal, S.A.	02-09-1998
SPORT TV 2	Temática - Desporto		16-05-2006
SPORT TV 3	Temática - Desporto		20-05-2008
SPORT TV 4	Temático Desportivo - Desportos Motorizados		23-12-2008
SPORT TV 5	Temática - Desporto		20-01-2010
SPORT TV ÁFRICA	Temática - Desporto		24-07-2008
SPORT TV +	Temática - Desporto	18-07-2016	
SPORT TV 6	Temática - Desporto	25-05-2021	

FIG. 18 - OPERADORES TELEVISIVOS DETIDOS POR ENTIDADES DESPORTIVAS OU COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO DESPORTIVO (30.06.2023)

Serviço de programas televisivo	Classificação	Operador televisivo	Data de autorização
Sporting TV	Temática - Desporto	Sporting Comunicação e Plataformas, S.Á.	14-07-2014
A Bola TV	Temática - Desporto	Vicra Comunicações, Lda.	19-09-2012
11	Temática - Desporto	C11 – Multimédia Unipessoal, Lda.	08-05-2020

Fonte: ERC; elaboração própria

Para além dos operadores televisivos, estão registados na Plataforma da Transparência outro tipo de OCS de âmbito desportivo: a maioria são publicações periódicas, mas também constam os seguintes operadores de rádio e respetivos serviços de programas (Figura 19).

FIG. 19 - OPERADORES RADIOFÓNICOS E SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDOS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO (30.06.2023)

Serviço de programas televisivo	Classificação	Operador televisivo	Data de autorização
Estádio 96.2	Baobad - Comunicações e Publicações, S.Á.	Acácio Martins Marinho (75%)	-
		Elísio Cabral Oliveira (25%)	
Golo FM (Bombarral)	Goal News FM Radio, Lda. (100%)	Goal News FM Radio, Lda. (100%)	Manuel Joaquim Conceição Vinhas da Silva (99%)
			Maria Helena da Conceição Pinto Vinhas (1%)
Rádio Nazaré	Meia Maratona Internacional da Nazaré - Associação de Cultura e Desporto	Meia Maratona Internacional da Nazaré - Associação de Cultura e Desporto	--

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Na Figura 20 estão indicados alguns Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente por internet (ou *webrádios*) da área do desporto, assim como a respetiva titularidade direta e indireta.

FIG. 20 – WEB RÁDIOS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO (30.06.2023)

Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente por Internet	Titularidade direta	Titularidade indireta
Voz Desportiva	José Carlos Domingues Ribeiro	--
Rádio Online - Desporto nas Beiras	João Fernando Silva Cruz	--
Golo FM	Golo FM, Lda.	José João Vinhas da Silva (20%)
		Ana Patrícia Oliveira da Rocha (80%)

Fonte: ERC – Portal da Transparência





As entidades que detêm dois ou mais OCS desportivos (publicações periódicas e operadores televisivos) são as representadas na Figura 21.

FIG. 21 - ENTIDADES COM DOIS OU MAIS OCS DA TEMÁTICA DESPORTO (30.06.2023)

Entidade-base	Publicação periódica	Operador televisivo	Serviço de programas televisivo
Sociedade Vicira Desportiva, S.A.	A Bola	Vicira Comunicações, Lda.	A Bola TV
	Auto Foco		
	Cadernos de A Bola		
	Mundo Desportivo		
Futebol Clube do Porto	Dragões	-	-
Avenida dos Aliados, S.A.	-	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal
Sport Lisboa e Benfica	O Benfica	-	-
	BNews	-	-
Benfica TV, S.A.		Benfica TV, S.A.	Benfica TV
Sporting Clube de Portugal	Sporting	-	-
Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.		Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	Sporting TV
Linha Única - Edição e Comunicação Em Saúde e Desporto, Lda.	Revista de Medicina Desportiva In Forma	-	-
	Revista de Fisioterapia Desportiva In Forma	-	-
Federação Portuguesa de Futebol	Revista de Direito do Desporto	-	-
	FPF360		
		C11 – Multimédia Unipessoal, Lda.	Canal 11
Federação Portuguesa de Voleibol	O Gira-Vôlei	-	-
	O Voleibol	-	-

Fonte: ERC – Portal da Transparência

A maioria destes OCS é detida por clubes desportivos ou por outras sociedades comerciais com as quais aqueles têm uma relação de domínio ou de grupo. Nas figuras seguintes estão identificadas as principais participações qualificadas nas estruturas de capital social dos referidos clubes e sociedades comerciais dedicados à temática do Desporto.

Futebol Clube do Porto / Avenida dos Aliados, S.A.

FIG. 22 - ESTRUTURA ACIONISTA DA AVENIDA DOS ALIADOS, S.A. (30.06.2023)

ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Caixa Económica Montepio Geral	Diretamente detidas	0,400	0,400
FCP Media, SA	Diretamente detidas	82,400	82,400
JP4E - JP SA Couto, S.A.	Diretamente detidas	0,200	0,200
MEDIAPIRO PORTUGAL, SGPS, S.A.	Diretamente detidas	17,000	17,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 23 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FCP MEDIA, S.A. (30.06.2023)

ENTIDADES DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FCP Media, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Futebol Clube do Porto	Diretamente detidas	1,190	1,190
FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD	Diretamente detidas	98,780	98,780
Protocomercial - Sociedade de Comercialização, Licenciamento e Sponsorização SA	Diretamente detidas	0,010	0,010
Portomissão, Gestão e Exploração de Equipamentos Desportivos SA	Diretamente detidas	0,010	0,010
Portoseguro-Sociedade Mediadora de Seguros do Porto Lda	Diretamente detidas	0,010	0,010

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 24 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD (30.06.2023)

ENTIDADES DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	* Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Futebol Clube do Porto	Diretamente detidas	75,000	75,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Sport Lisboa e Benfica / Sport Lisboa e Benfica - Futebol, SAD / Benfica TV, S.A.

FIG. 25 - ESTRUTURA ACIONISTA DA BENFICA TV, S.A. (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

FIG. 26 - ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORTING COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS, S.A. (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Vicra Comunicações, Lda. / Sociedade Vicra Desportiva, S.A.

FIG. 27 - ESTRUTURA ACIONISTA DA VICRA COMUNICAÇÕES, LDA. (30-6-2023)⁸

Fonte: ERC - Portal da Transparência

⁸ Em julho de 2023 foi confirmada a venda da participação da Vicontron SPGS, S.A., na Sociedade Vicra Desportiva, ao grupo suíço Ringier Sports Media Group AG.

Sport TV Portugal, S.A.

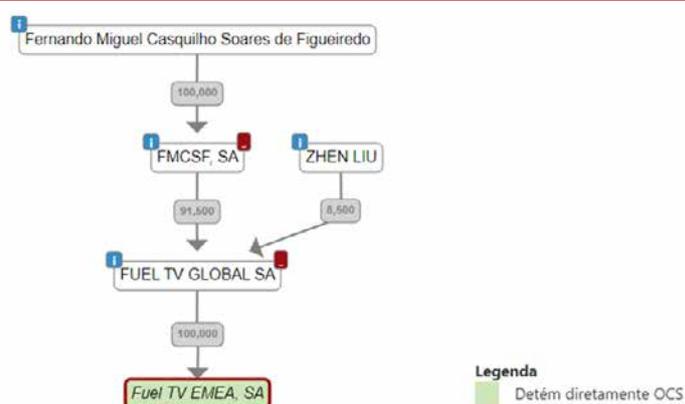
FIG. 28 - ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORT TV PORTUGAL, S.A. (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fuel TV EMEA, S.A.

FIG. 29 - ESTRUTURA ACIONISTA DA FUEL TV EMEA, S.A. (30.06.2023)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Entre os OCS dedicados à temática do desporto, assumem também particular relevância as publicações periódicas dedicadas ao futebol (Figura 30). Do ponto de vista da propriedade, importa destacar que uma destas publicações, a MaisFutebol, é detida por uma entidade que pertence a um grupo de comunicação social de grande dimensão (Grupo Media Capital), descrito adiante.

FIG. 30 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR PROPRIETÁRIOS COM ATIVIDADE NA ÁREA DO DESPORTO⁹ (30.06.2023)

Nome da PP	Proprietário	Editor
Cadernos de A Bola	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.
MaisFutebol	Média Capital - Digital, S.A.	Media Capital Digital, S.A.
Academia de Futebol	Nuno Miguel Henriques Simões	Nuno Miguel Henriques Simões
AFL Magazine	Associação de Futebol de Lisboa	Maria João Freire
Dragões	Futebol Clube do Porto	Alberto Barbosa
Estádio 11	Luís Miguel Bento Pontes	Luís Miguel Bento Pontes
Fair Play	João Carlos de Oliveira Bastos	Francisco Isaac
Futebol 365	Argert - Educação, Reabilitação e Tecnologia Unipessoal, Lda.	Manuel António Teixeira de Faria Resendes
Liga-te Em Números	Liga Portuguesa de Futebol Profissional	Vanda Cipriano
Futebol Português Online	Rui Manuel da Silva Cardoso	Rui Manuel da Silva Cardoso

⁹ Excluíram-se as PP já identificadas na Figura 18.

FIG. 30 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR PROPRIETÁRIOS COM ATIVIDADE NA ÁREA DO DESPORTO⁹ (30.06.2023)

Nome da PP	Proprietário	Editor
Jogada do Mês	Jorge Manuel Martins Caseiro	Jorge Manuel Martins Caseiro
Tempo de Jogo	RFX, Lda.	RFX, Lda.
Bola na Rede	Mário Alexandre Cagica Pinto Pontes de Oliveira	Vítor Miguel Gonçalves
O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	Global Notícias - Media Group, S.A.
Desportivo de Guimarães	Guimapress, S.A.	Guimapress, S.A.
Desporto Motor	COM+Comunicação, Lda.	COM+Comunicação, Lda.
Record	Cofina Media, S.A.	Cofina Media, S.A.

Fonte: ERC – Portal da Transparência

3.4 Entidades e OCS de temática religiosa

As entidades religiosas proprietárias de órgãos de comunicação social - publicações periódicas na maioria - correspondem, em número, a mais de 10 % do total de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Destas, cerca de 80 % pertencem à Igreja Católica.

Para além das publicações periódicas, algumas entidades religiosas são, direta ou indiretamente, proprietárias de operadores de televisão e de rádio, assim como de *webrádios* ou *webTVs*. Nos pontos seguintes identificamos alguns desses OCS, tendo em conta a temática de cada um e/ou a titularidade.

3.4.1 Televisões de temática religiosa*

Na Figura 31 estão descritos os operadores televisivos e respetivos serviços de programa por inspiração religiosa.

FIG. 31 - OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS DE TEMÁTICA RELIGIOSA (30.06.2023)

OCS / Serviços de programas	Tipo de OCS	Entidade-base	Titularidade direta	Inspiração religiosa
Unifé TV	Televisão	Igreja Universal do Reino de Deus		Cristã/Evangélica
TV Canção Nova Portugal	Televisão	Comunidade Canção Nova	Associados (100%)	Cristã/Católica
Kuriakos TV	Televisão	Motes & Ideias, Lda.	Gerson Carlos Ferreira Pimentel (40%) Associação Cultura e Valor (60%)	Cristã/Maná

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Mais recentemente, o Conselho Regulador aprovou o serviço de programas televisivo temático (vacionado para conteúdos religiosos), de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado UNIFÉ TV [Deliberação ERC/2022/153 (AUT-TV), de 25 de maio].

* Em sequência de requerimento da Rede Record de Televisão – Europa, S.A., e por decisão do Conselho Regulador da ERC tomada na reunião do dia 18 de setembro de 2024, foram corrigidas as figuras 31 e 38, tendo sido eliminada a referência à Record TV e à Share Magazine. Foi ainda eliminado um parágrafo que fazia referência à Deliberação que autorizou o exercício da atividade de televisão da Record TV.

O serviço de programas televisivo TV Canção Nova Portugal, temático religioso, aprovado em 2017, tem uma presença no território nacional desde 2000, com a produtora de conteúdos Frente Fátima, a qual produz conteúdos para a Comunidade Canção Nova, no Brasil.

O serviço de programas temático religioso Kuriakos TV, aprovado em 2016, tem o objetivo de difundir conteúdos predominantemente religiosos e «envolvidos na divulgação da cultura e valores familiares», através de uma parceria estratégica constituída maioritariamente entre a sociedade Motes & Ideias, a Maná-Igreja Cristã e outras associações congéneres do Ministério Maná, principais responsáveis pela produção, criação e edição dos conteúdos que compõem a grelha de programação do canal.

3.4.2 Rádios propriedade direta ou indireta de entidades religiosas

Os serviços de programas de operadores radiofónicos e as *webrádios* assumem particular importância para as entidades religiosas (Figura 32). Pela Deliberação ERC/2021/105 (AUT-R), de 31 de março, foi aprovada a alteração de domínio dos operadores Moviface – Meios Publicitários, Lda., e Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda., e a modificação dos projetos e denominação dos serviços RÁDIO SIM-PORTO e RÁDIO SIM-PAL para Rádio Maria Porto e Rádio Maria, respetivamente, que deixaram de integrar o grupo Renascença.

FIG. 32 - OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS (30.06.2023)

Serviços de programas radiofónicos	Entidade-base	Principais detetores	% de detenção
Renascença RFM Mega Hits	Rádio Renascença, Lda.	Patriarcado de Lisboa	60,00
		Conferência Episcopal Portuguesa	40,00
Rádio Maria	Rádio Pal, Lda.	Associação Rádio Maria Portugal	50,00
Rádio Maria Porto	Moviface - Meios Publicitários, Lda.	Rádio Maria APS	50,00
Canal 1 Posto Emissor do Funchal	Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal, Lda.	Diocese do Funchal	49,79
		Seminário Major de Nossa Senhora De Fátima	49,79
Rádio Voz do Entroncamento	R.V.E.-Sociedade Radiofónica, Unipessoal, Lda.	Edições Salesianas	100,00
Rádio Esperança	Sociedade 97,5 FM - Rádio Portel, Unipessoal, Lda.	Diocese de Évora	100,00
Rádio Canção Nova	Rádio Clube de Ourém, Lda.	Comunidade Canção Nova	100,00
Rádio Campanário	Rádio Campanário -Voz de Vila Viçosa, CRL	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de S. Bartolomeu	8,3%
		Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora Conceição	8,3%
		Outros titulares de participações pessoas singulares	83,4%
Antena Sul - Rádio Jornal Antena Sul - Almodôvar	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.		100,00
Kiss FM Record Algarve	R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.		100,00
Record Porto	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, SA/ Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Santarém	Rádio Pernes, Lda.		100,00
Rádio Positiva Rádio Linear	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.		100,00
Record FM Record Leiria MaiorcaFM	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.		100,00

FIG. 32 - OPERADORES E SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS (30.06.2023)

Serviços de programas radiofónicos	Entidade-base	Principais detetores	% de detenção
Informédia Rádio	Inforádio - Comunicação Social, S.A.	Igreja Cristã Pentecostal	14,00
		Albino Ferreira	64,00
		Outros titulares de participações	22,00
Rádio Lezíria	Lezíria - Comunicação Social, S.A.	Vários titulares / Comunidade Cristã Paz e Vida	--
Ultra FM	Paivimo, Unipessoal, Lda.	Associação Remar Portuguesa / Igreja Cristã Corpo do Messias Portugal	100,00
Rádio Vida	Fernando Moura, Unipessoal Lda.	(Manã-Igreja Cristã)	

Fonte: ERC - Portal da Transparência

Na área das rádios propriedade de entidades religiosas ou de temática religiosa, destaca-se o grupo Renascença, com a estrutura de capital que se segue na Figura 33 e também no final deste capítulo.

FIG. 33 - DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS DO GRUPO RENASCENÇA (30.06.2023)

Serviço de programas	Área de cobertura	Concelho de licenciamento	Designação do OR	Grupo	Titularidade indireta
RFM	Nacional	n/a	Rádio Renascença, Lda.	Grupo Renascença	60% Patriarcado de Lisboa 40% Conferência Episcopal Portuguesa
RR					
Mega Hits	Local	Lisboa	Rádio Renascença, Lda.		
Mega Hits – Coimbra		Coimbra	Rádio 90 FM, Coimbra - Radiodifusão, Lda.		
Mega Hits Aveiro		Aveiro	Rádio Regional de Aveiro - Empresa de Radiodifusão, Lda.		
Mega Hits Sintra		Sintra	RO - Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.		
Mega Hits Porto		Porto	Rádio Metropolitana - Comunicação Social, Lda.		

Fonte: ERC – Portal da Transparência

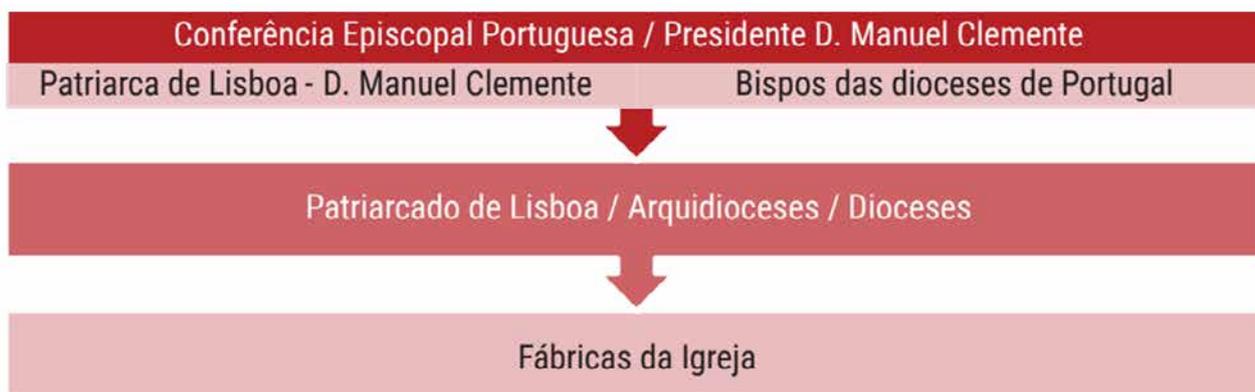
Para além de proprietárias diretas de operadores radiofónicos, as entidades do grupo Renascença celebraram acordos de associação ou de parceria com outros operadores locais, identificados na Figura 34.

FIG. 34 - SERVIÇOS DE PROGRAMAS COM COBERTURA DE ÂMBITO LOCAL COM OS QUAIS A RENASCENÇA CELEBROU ACÓRDOS DE ASSOCIAÇÃO E DE PARCERIA (30.06.2023)

Serviço de programas	Concelho de licenciamento	Designação do Operador de Rádio	Grupos / conexões / parcerias
Mega Hits Braga	Braga	RTM - Rádio e Televisão do Minho, Lda.	Associação Deliberação ERC/2020/124 (AUT-R) Acordo com a Rádio Renascença, Lda., para a retransmissão da programação do seu serviço de programas "MEGA FM" - 92.4MHz, de Lisboa
Mega Hits Rio Maior	Rio Maior	Rádio Maior - Publicidade e Comunicação, Lda.	Parceria Deliberação ERC/2020/124 (AUT-R) Parceria com o projeto MEGA HITS

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Os principais grupos em que se organiza a hierarquia da Igreja Católica em Portugal estão, como vimos, representados na Plataforma da Transparência através da detenção direta ou indireta, na totalidade ou em parte, de vários tipos de órgãos de comunicação social.



De entre os OCS de temática religiosa ou detidos por entidades religiosas também constam vários Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente através da Internet (Webrádios e WebTVS), descritos na Figura 35.

FIG. 35 - WEBRÁDIOS / WEBTV PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS (30.06.2023)

Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente através da Internet	Entidade-base	Principais detetores	% de detenção
RFM Oceano Pacífico RFM Rocks			
RFM Dance It			
80's RFM (Oitenta's)		Patriarcado de Lisboa	60,00
Mega Hits Hip Hop Rap e R&B			
Mega Hits Dance			
Mega Hits Fresh	Rádio Renascença, Lda.		
RFM Novas			
90's RFM		Conferência Episcopal Portuguesa	40,00
RFM Toca Portugal			
RFM Latinas			
Rádio JIM Online - Jovens em Missão	Missionários Combonianos do Coração de Jesus	-	100,00
Rádio Adgentes	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas / Sociedade Missionária da Boa Nova	-	100,00
NRC - Net Rádio Católica	Emanuel Rodrigues Soeiro da Silva Magalhães	-	100,00
Rádio Amparo	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora do Amparo de Benfca	-	100,00
GDR - Gaudiumradio	Irmandade de Nossa Senhora da Glória ao Cardal da Graça	-	100,00
Rádio Judaica Portuguesa	José António da Silva Henriques Morão	Pessoa Singular	100,00
TV Maná-1			
TV Maná-2			
TV Maná-3	Maná - Igreja Cristã	Associados	100,00
TV Maná-Brasil			
TV Maná Moçambique			

Fonte: ERC – Base de dados dos Registos e Portal da Transparência

Ainda no âmbito dos serviços de programas radiofónicos, importa destacar que a sociedade Global Difusion, SGPS, S.A., proprietária de seis operadores radiofónicos, é detida a 100 % pela Igreja Universal do Reino de Deus (Figura 36).

FIG. 36 - OCS DETIDOS PELA SOCIEDADE GLOBAL DIFUSION SGPS, S.A. / IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS (30.06.2023)

Serviço de programas radiofónico	Tipologia	Entidade-base	Titularidade direta	Titularidade indireta	% de detenção
Record FM	Generalista	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Leiria					
Maiorca FM					
Antena Sul – Almodôvar	Generalista	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Antena Sul - Rádio Jornal					
Record Porto	Generalista	Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Kiss FM	Temático-Musical	R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Record Algarve	Generalista				
Record Santarém	Generalista	Rádio Pernes, Lda.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Rádio Linear	Temático-Musical	Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Global Difusion SGPS, S.A.	Igreja Universal do Reino de Deus	100,00
Rádio Positiva					

Fonte: ERC – Portal da Transparência



3.4.3 Publicações periódicas propriedade direta ou indireta de entidades religiosas

Regressando às publicações periódicas que, como indicado, são o tipo de órgão de comunicação social com maior número de registos na ERC realizados pelas entidades religiosas, em especial pela Igreja Católica, apresenta-se de seguida uma listagem de PP de inspiração católica, organizada por proprietários e, sempre que aplicável, pelas respetivas dioceses (Figura 37).

FIG. 37 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS CATÓLICAS E RESPETIVAS DIOCESES (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	Localidade	Diocese
Timoneiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Gafanha da Nazaré	Gafanha da Nazaré	Aveiro
Ecos da Ria	Fábrica da Igreja Paroquial de Beduído	Estarreja	Aveiro
Notícias de Avanca	Fábrica da Igreja Paroquial de Avanca	Avanca	Aveiro
João Semana	Fábrica da Igreja Paroquial São Cristóvão de Ovar	Ovar	Aveiro
O Leme	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria	Vila Nova de Santo André	Beja
Notícias de Beja	Diocese de Beja	Beja	Beja
Voz de Antas	Fábrica da Igreja Paroquial de São Paio de Antas	Igreja	Braga
O Conquistador	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Oliveira	Guimarães	Braga
Voz de Gondar	Fábrica da Igreja Paroquial de S. João Baptista de Gondar	Gondar	Braga
Mensagem Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Adaúfe	Adaúfe	Braga
Estudos Teológicos	Diocese de Coimbra	Coimbra	Coimbra
Luz - Boletim Interparoquial	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santiago da Guarda	Santiago da Guarda	Coimbra
Paionense	Fábrica da Igreja Paroquial de Paião	Paião	Coimbra
O Dever	Fábrica da Igreja Paroquial da Santíssima Trindade	Lajes do Pico	Coimbra
Jornal Boa Nova	Fábrica da Igreja Paroquial de Cantanhede	Cantanhede	Coimbra
A Crença	Fábrica da Igreja Paroquial de São Miguel Arcanjo	Vila Franca do Campo	Diocese de Angra
Palavra - Jornal Mensal	Fábrica da Igreja Paroquial de Santo António de Reguengos de Monsaraz	Reguengos de Monsaraz	Évora
O Montemorense	Fábrica de Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Vila de Montemor-o-Novo	Montemor-O-Novo	Évora
Voz do Sado	Fábrica da Igreja Paroquial de Alcácer do Sal	Alcácer do Sal	Évora
Semanário a Defesa	Sociedade Instrutiva Regional Eborense, SA	Évora	Évora
Folha do Domingo	Diocese do Algarve	Faro	Faro
Rede - Revista Digital Diocese Leiria-Fátima	Diocese Leiria-Fátima	Leiria-Fátima	Leiria-Fátima
Caminheiro	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Mamede (Fátima)	São Mamede	Leiria-Fátima
Mais Além	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Eufémia	Santa Eufémia	Leiria-Fátima
Luz da Serra	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Catarina da Serra	Santa Catarina da Serra	Leiria-Fátima
Voz de Mira de Aire	Fábrica da Igreja Paroquial de Mira de Aire	Mira de Aire	Leiria-Fátima
Jornal de Minde	Fábrica da Igreja Paroquial de Minde	Minde	Leiria-Fátima

FIG. 37 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS CATÓLICAS E RESPETIVAS DIOCESES (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	Localidade	Diocese
A Voz da Freixianda	Fábrica da Igreja Paroquial de Freixianda	Freixianda	Leiria-Fátima
Notícias da Caranguejeira	Fábrica da Igreja Paroquial de Caranguejeira	Caranguejeira	Leiria-Fátima
Badaladas	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Pedro e Santiago de Torres Vedras	Torres Vedras	Lisboa
A Voz do Mar	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de N.ª S.ª da Ajuda da Cidade de Peniche	Peniche	Lisboa
Alvorada	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Anunciação da Lourinhã	Lourinhã	Lisboa
Rádio Amparo	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Nossa Senhora do Amparo de Benfca	Lisboa	Lisboa
O Alcoa	Fábrica da Igreja Paroquial do Santíssimo Sacramento de Alcobaça	Alcobaça	Lisboa
Liturgia Diária - A Missa de Cada Dia	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Lisboa	-
Fátima Luz e Paz	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Cova da Iria-Fátima	Nacional
Voz da Fátima	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Cova da Iria-Fátima	Nacional
Ecos da Sobreira	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Sobreira Formosa	Sobreira Formosa	Portalegre-Castelo Branco
Jornal de Proença	Fábrica da Igreja Paroquial de Proença-a-Nova	Proença-a-Nova	Portalegre-Castelo Branco
Ecos do Sor	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ponte de Sor	Ponte de Sor	Portalegre-Castelo Branco
Raiano	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Idanha-a-Nova	Idanha-A-Nova	Portalegre-Castelo Branco
A Mensagem	Fábrica da Igreja Paroquial do Crato	Crato	Portalegre-Castelo Branco
Reconquista	Fábrica da Igreja Paroquial de São Miguel da Sé	Castelo Branco	Portalegre-Castelo Branco
Mensageiro de Alter	Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Assunção de Alter do Chão	Alter do Chão	Portalegre-Castelo Branco
Crescendo	Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cruz do Bispo - Matosinhos	Santa Cruz do Bispo	Porto
Vida de Rebordões	Fábrica da Igreja Paroquial de Rebordões	Rebordões	Porto
A Voz de Leça	Fábrica da Igreja Paroquial de Leça da Palmeira	Matosinhos	Porto
Jornal da Paróquia S. Miguel da Maia	Fábrica da Igreja Paroquial da Maia	Maia	Porto
Voz de Alfena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Alfena	Porto
Alfena Global	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Alfena	Porto
Voz de Alpiarça	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santo Eustáquio de Alpiarça	Alpiarça	Santarém
Notícias de Viana	Diocese de Viana do Castelo	Viana do Castelo	Viana do Castelo
Ecos da Meadela	Fábrica da Igreja Paroquial de Meadela	Viana do Castelo	Viana do Castelo
União de Coura	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Bico	Igreja	Viana do Castelo
Serra e Vale - Mensário de Vila Nova de Cerveira e Caminha	Fábrica da Igreja Paroquial de Covas	Covas	Viana do Castelo
O Alvaranense	Fábrica da Igreja Paroquial de Alvarães	Alvarães	Viana do Castelo
Voz de Lamego	Diocese de Lamego	Lamego	Viseu
Sopé da Montanha	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Tarouca	Lamego	Viseu

FIG. 37 - PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PROPRIEDADE DE ENTIDADES RELIGIOSAS CATÓLICAS E RESPETIVAS DIOCESES (30.06.2023)

Publicação Periódica	Proprietário	Localidade	Diocese
Ecos de Penajóia	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Penajóia	Lamego	Viseu
O Fozcoense - Jornal Mensal Católico e Regionalista	Fábrica da Igreja Paroquial de Vila Nova de Foz Côa	Lamego	Viseu
Terras de Santa Maria Madalena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Campo	Viseu	Viseu
O Penalense	Fábrica da Igreja Paroquial de Ínsua	Penalva do Castelo	Viseu
Planalto	Fábrica da Igreja da Freguesia de Nelas	Nelas	Viseu
Voz de Ferreira de Aves	Fábrica da Igreja Paroquial de Ferreira de Aves	Forles	Viseu

Fonte: ERC – Portal da Transparência

À semelhança do exercício realizado para as áreas da Saúde e Bem-estar e Desporto, elencamos de seguida publicações periódicas detidas pela mesma entidade de caráter religioso, por igreja ou inspiração (Figura 38).

FIG. 38 - ENTIDADES COM MAIS DO QUE UM OCS DE TEMÁTICA RELIGIOSA (30.06.2023)

OCS	Entidade-base proprietária / editora	Temática/Igreja
Fátima Luz e Paz	Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima	Católica
Voz da Fátima		
Voz de Alfena	Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Vicente de Alfena	Católica
Alfena Global		
Rádio JIM Online - Jovens em Missão	Missionários Combonianos do Coração de Jesus	Católica
Além-Mar		
Audácia		
Família Comboniana	Província Portuguesa da Sociedade Salesiana	Católica
Cavaleiro da Imaculada		
Boletim Salesiano	Secretariado Nacional do Rosário	Católica
Rosário de Maria		
Rosário e Vida Cristã	Seminário Maior da Sagrada Família de Coimbra	Católica
Correio de Coimbra		
O Amigo do Povo	Sociedade Missionária da Boa Nova	Católica
Rádio AdGentes		
Boa Nova - Atualidade Missionária	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova	Católica
Cruzada Missionária - Voz da Missão		
Igreja e Missão		
Revista Nova Cidadania	Universidade Católica Portuguesa	Católica
Forum Canonicum		
Revista Portuguesa de Investigação Educacional		
Revista Gestão e Desenvolvimento		
EPHATA - Revista Portuguesa de Teologia		
Lusitania Sacra		
Cadernos de Saúde		
Diffractions		

FIG. 38 - ENTIDADES COM MAIS DO QUE UMA OCS DE TEMÁTICA RELIGIOSA (30.06.2023)

OCS	Entidade-base proprietária / editora	Temática/Igreja
Folha de Portugal Eu Era Assim	Igreja Universal do Reino de Deus	Igreja Universal do Reino de Deus
Lar Cristão O Semeador Baptista Hoje	CEBAPES - Centro Baptista de Publicações, Unipessoal, Lda. Convenção Baptista Portuguesa	Igreja Evangélica Baptista
Dia a Dia Tribub do Jovem Leitor	UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	União Bíblica
TV Canção Nova Portugal Revista Canção Nova	Comunidade Canção Nova	Católica

Fonte: ERC - Portal da Transparência

3.5 OCS dos partidos políticos

Os principais partidos políticos portugueses são também proprietários de órgãos de comunicação social e, como tal, estão obrigados a cumprir as exigências da Lei da Transparência. Na Figura 39 identificam-se os partidos e OCS registados na Plataforma da Transparência.

FIG. 39 - OCS DOS PRINCIPAIS PARTIDOS POLÍTICOS PORTUGUESES (30.06.2023)

OCS	Tipo de OCS	Proprietário	Editor
ESQUERDA Interior do Avesso Caderno Vermelho	Publicação periódica	Bloco de Esquerda	Bloco de Esquerda
Jornal Avante O Militante	Publicação periódica	Partido Comunista Português	Editorial Avante, S.A.
Jornal Povo Livre Acção Socialista	Publicação periódica	Partido Social-Democrata	Partido Social-Democrata Artur Miguel Claro da Fonseca Mora Coelho
Folha Nacional	Publicação periódica	Partido Chega	Bernardo Cappelle Homem Caldeira Pessanha

Fonte: ERC - Portal da Transparência

A maioria dos partidos políticos registados na Plataforma da Transparência edita simultaneamente os OCS que detém. O Partido Comunista Português delegou esta atividade de comunicação social em pelo menos uma sociedade anónima - a Editora Avante, S.A. (Figuras 40 e 41) -, responsável pelo reporte de informação para cumprimento das obrigações de transparência.

FIG. 40 - ESTRUTURA DE CAPITAL DA SOCIEDADE EDITORIAL AVANTE, S.A. (30.06.2023)

ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Editorial Avante, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Francisco José Névoa de Melo	Diretamente detidas	36,363	36,363
Joaquim Carlos Eleutério Correia	Diretamente detidas	8,363	8,363
José Pedro Correia Soares	Diretamente detidas	8,363	8,363
José Pires Marques Oliveira	Diretamente detidas	8,363	8,363
José Élio Sucena	Diretamente detidas	36,363	36,363
Mário José Caracol Teixeira	Diretamente detidas	2,185	2,185

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 41 - COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS DA SOCIEDADE EDITORIAL AVANTE, S.A. (30.06.2023)

ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Editorial Avante, SA

Órgãos Sociais

Pessoa	Tipo de órgãos sociais	Função
José Élio Sucena	Assembleia Geral	Presidente
Mário José Caracol Teixeira	Assembleia Geral	Secretário/a
Rui Martins da Mota Tavares Lopes	Assembleia Geral	Secretário/a
Francisco José Névoa de Melo	Conselho de Administração	Presidente
Idalina da Conceição Simões Silva	Conselho de Administração	Vogal
José Pedro Correia Soares	Conselho de Administração	Vogal
Jorge Macedo & Nuno Borges, SROC	Fiscal Único	Fiscal Único

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Através da análise da distribuição do capital social, composição dos órgãos sociais e também dos clientes relevantes declarados, poder-se-á também inferir que a sociedade Página a Página - Divulgação do Livro, S.A., é uma editora conectada com o Partido Comunista Português (Figuras 42 e 43).



FIG. 42 - ESTRUTURA DE CAPITAL DA SOCIEDADE PÁGINA A PÁGINA - DIVULGAÇÃO DO LIVRO, S.A. (30.06.2023)



ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Página a Página - Divulgação do Livro, SA

Estrutura de Propriedade

Entidades detentoras

Nome	▲ Tipo de Detenção	◇ Percentagem de Detenção	◇ Direitos de Voto
Francisco José Névoa de Melo	N/A	24,000	24,000
Idalina da Conceição Simões Silva	N/A	2,000	2,000
José Pedro Correia Soares	N/A	24,000	24,000
José Élio Sucena	N/A	46,000	46,000
Zeferino Antas de Sousa Coelho	Detidas por terceiros em nome próprio	4,000	4,000

Fonte: ERC – Portal da Transparência

FIG. 43 - COMPOSIÇÃO DOS ÓRGÃOS SOCIAIS DA SOCIEDADE PÁGINA A PÁGINA - DIVULGAÇÃO DO LIVRO, S.A. (30.06.2023)



ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Página a Página - Divulgação do Livro, SA

Órgãos Sociais

Pessoa	◇ Tipo de órgãos sociais	▲ Função
<input type="text" value="Pesquisar Pessoa"/>	<input type="text" value="Pesquisar Tipo de órg"/>	<input type="text" value="Pesquisar Função"/>
José Élio Sucena	Assembleia Geral	Presidente
Manuela Maria da Silva	Assembleia Geral	Secretário/a
Idalina da Conceição Simões Silva	Conselho de Administração	Presidente
Francisco José Névoa de Melo	Conselho de Administração	Vogal
Rui Martins da mota Távares Lopes	Conselho de Administração	Vogal
Jorge Macedo & Nuno Borges, SROC	Revisor Oficial de Contas	Sociedade de Revisores Oficiais de Contas

Fonte: ERC – Portal da Transparência

A Página a Página - Divulgação do Livro, S.A., é proprietária das publicações periódicas Vértice e Poder Local.

3.6 OCS de sindicatos

Alguns dos sindicatos portugueses prosseguem também atividades de comunicação social, pelo que reportam dados relativos ao OCS sua propriedade (maioritariamente, publicações periódicas), composição dos órgãos sociais, caracterização financeira, entre outros elementos (Figura 44).

FIG. 44 - OCS DETIDOS POR SINDICATOS (30.06.2023)

OCS	Tipo de OCS	Entidade Proprietária
Mais Bancário	Publicação periódica	Sindicato da Banca, Seguros e Tecnologias - Mais Sindicato
Enfermagem em Foco	Publicação periódica	Sindicato dos Enfermeiros Portugueses
Ensino Superior - Revista do SNESup	Publicação periódica	SNESup - Sindicato Nacional do Ensino Superior
TFP - Jornal do Sindicato dos Trabalhadores da Função Pública do Sul e Açores	Publicação periódica	Sindicato dos Trabalhadores em Funções Públicas e Sociais do Sul e Regiões Autónomas
Julgar	Publicação periódica	ASJP - Associação Sindical dos Juizes Portugueses
Revista do Ministério Público	Publicação periódica	Sindicato dos Magistrados do Ministério Público

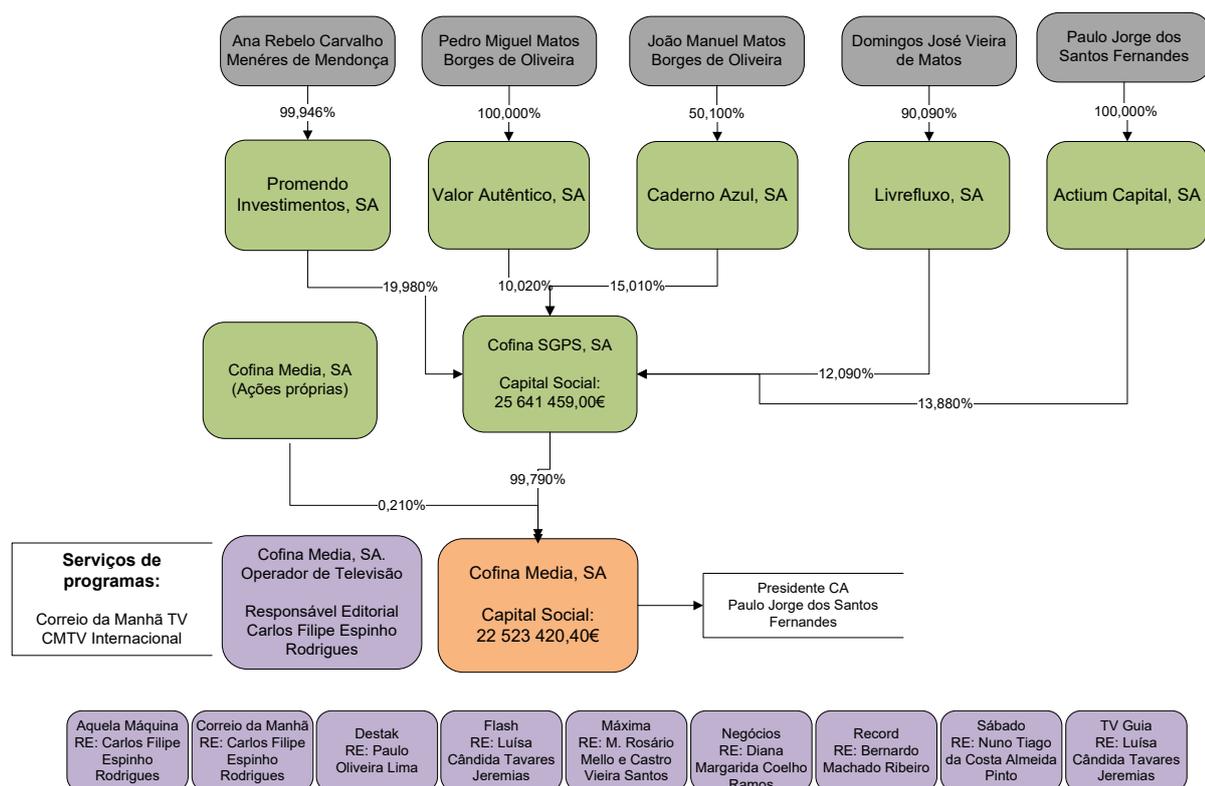
Fonte: ERC – Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Dados dos Registos

APROFUNDAMENTO DAS RELAÇÕES TRANSVERSAIS DE TITULARIDADE DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DE *MEDIA* NACIONAIS

Nas páginas seguintes é apresentada a estrutura dos principais grupos de *media* nacionais. Os diagramas foram constituídos exclusivamente a partir da informação comunicada pelas “empresas-base”. Procedeu-se a uma reconstituição e atualização dos titulares diretos e indiretos das participações associadas a essas “empresas-base” e à identificação dos OCS por si detidos e dos respetivos responsáveis pela orientação editorial.

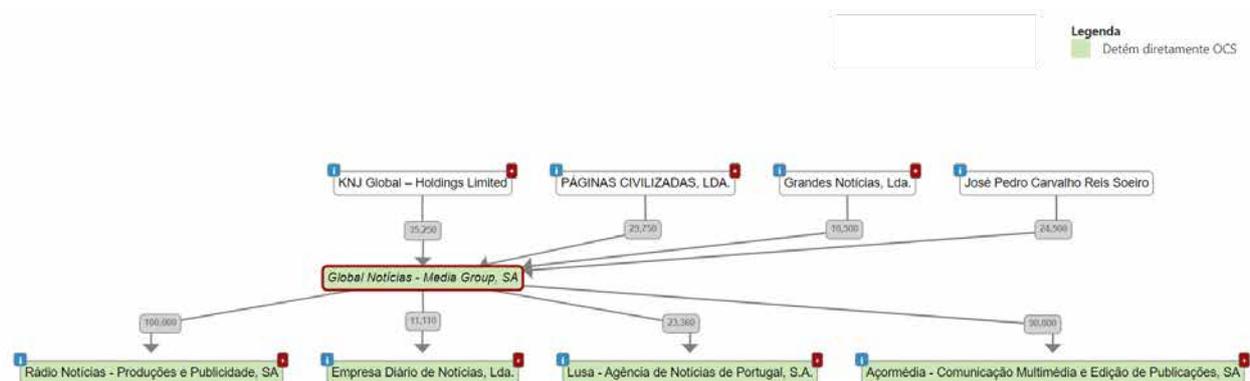


GRUPO COFINA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

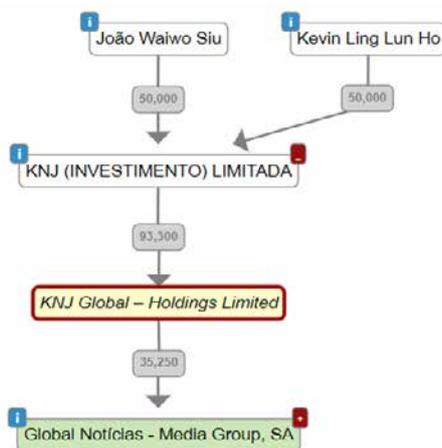
GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP

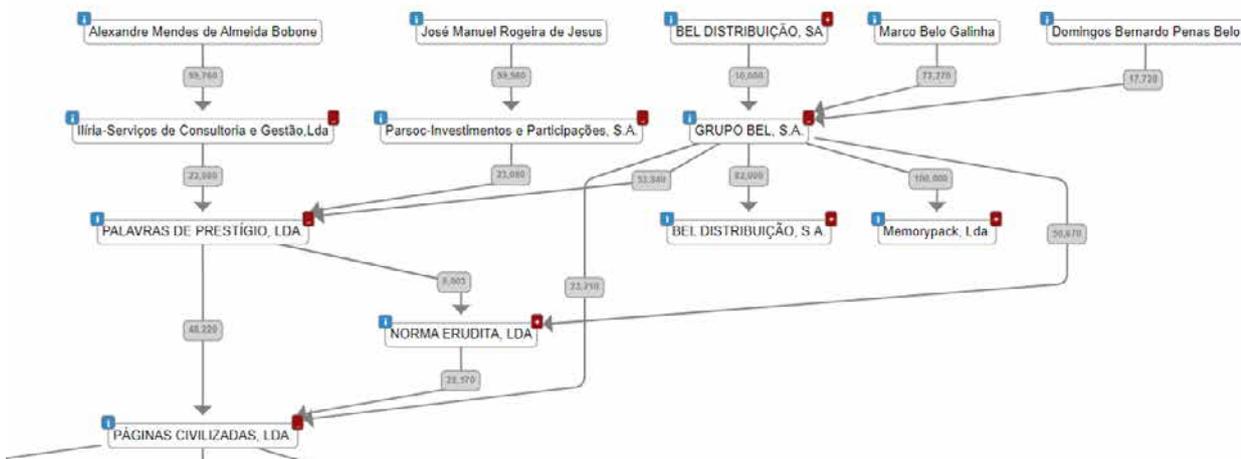
KNJ Global Holdings Limited



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

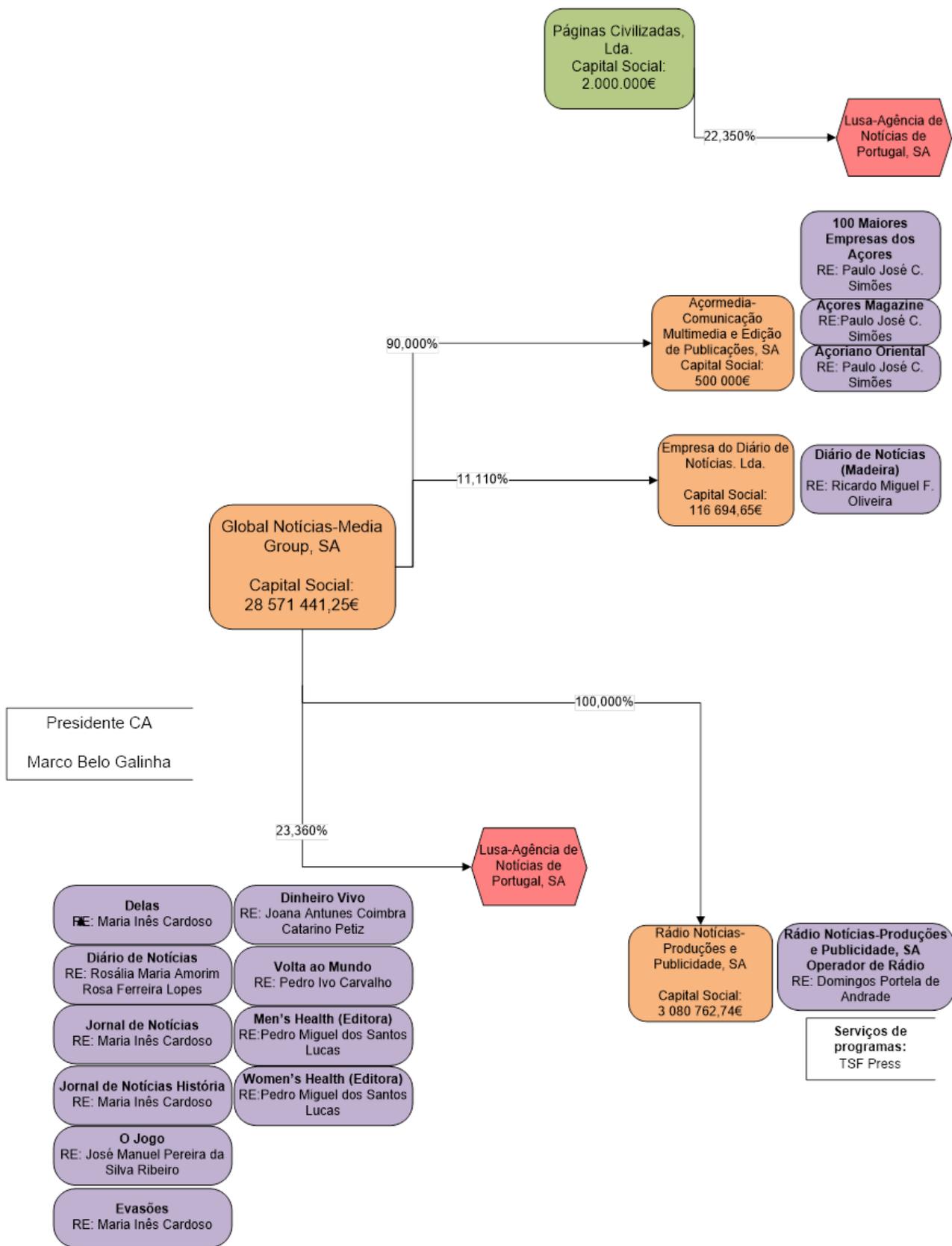
GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP

Páginas Civilizadas, Lda.



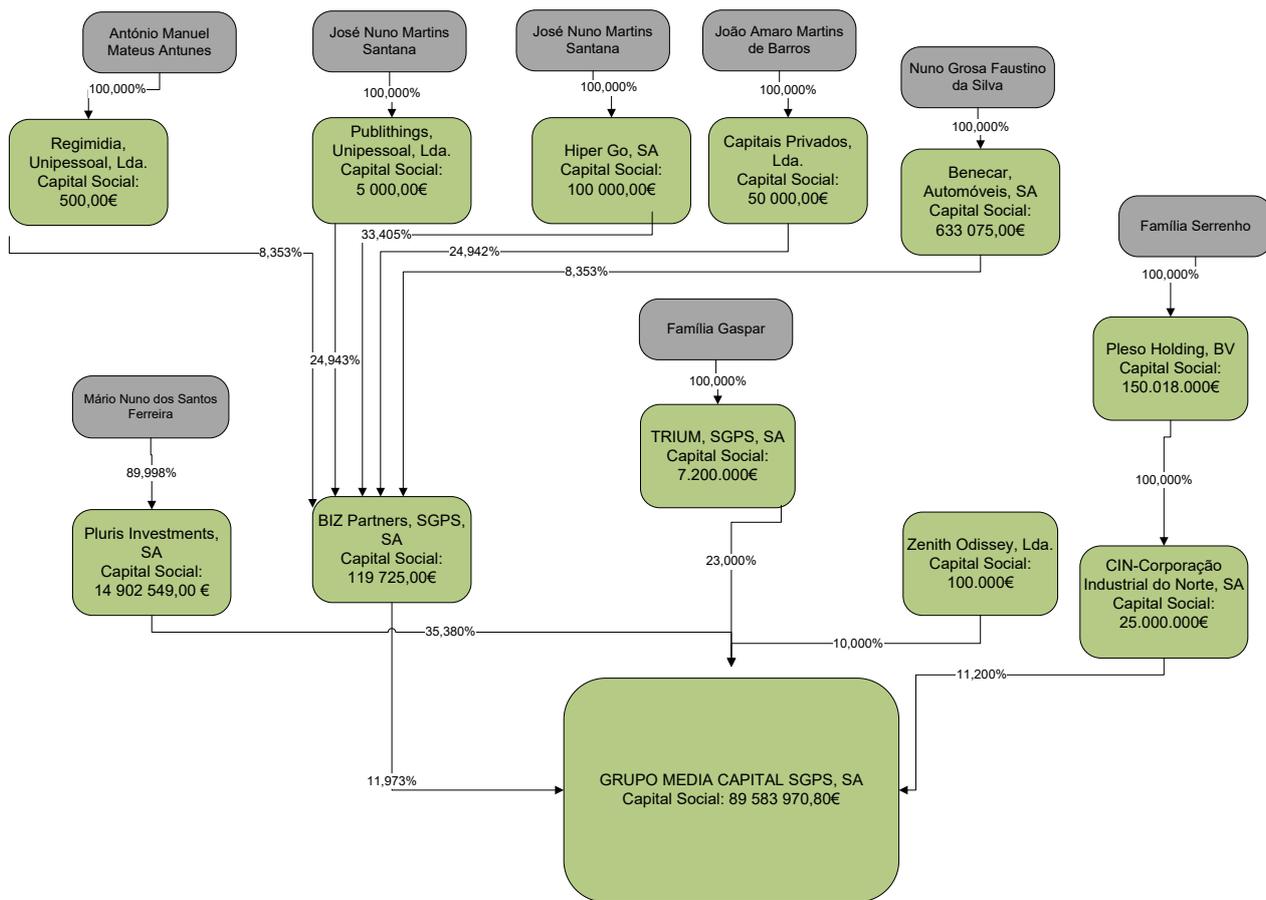
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP



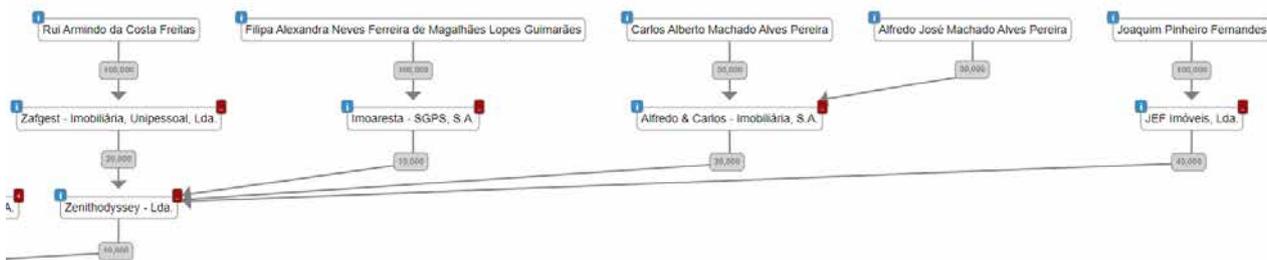
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

GRUPO MEDIA CAPITAL



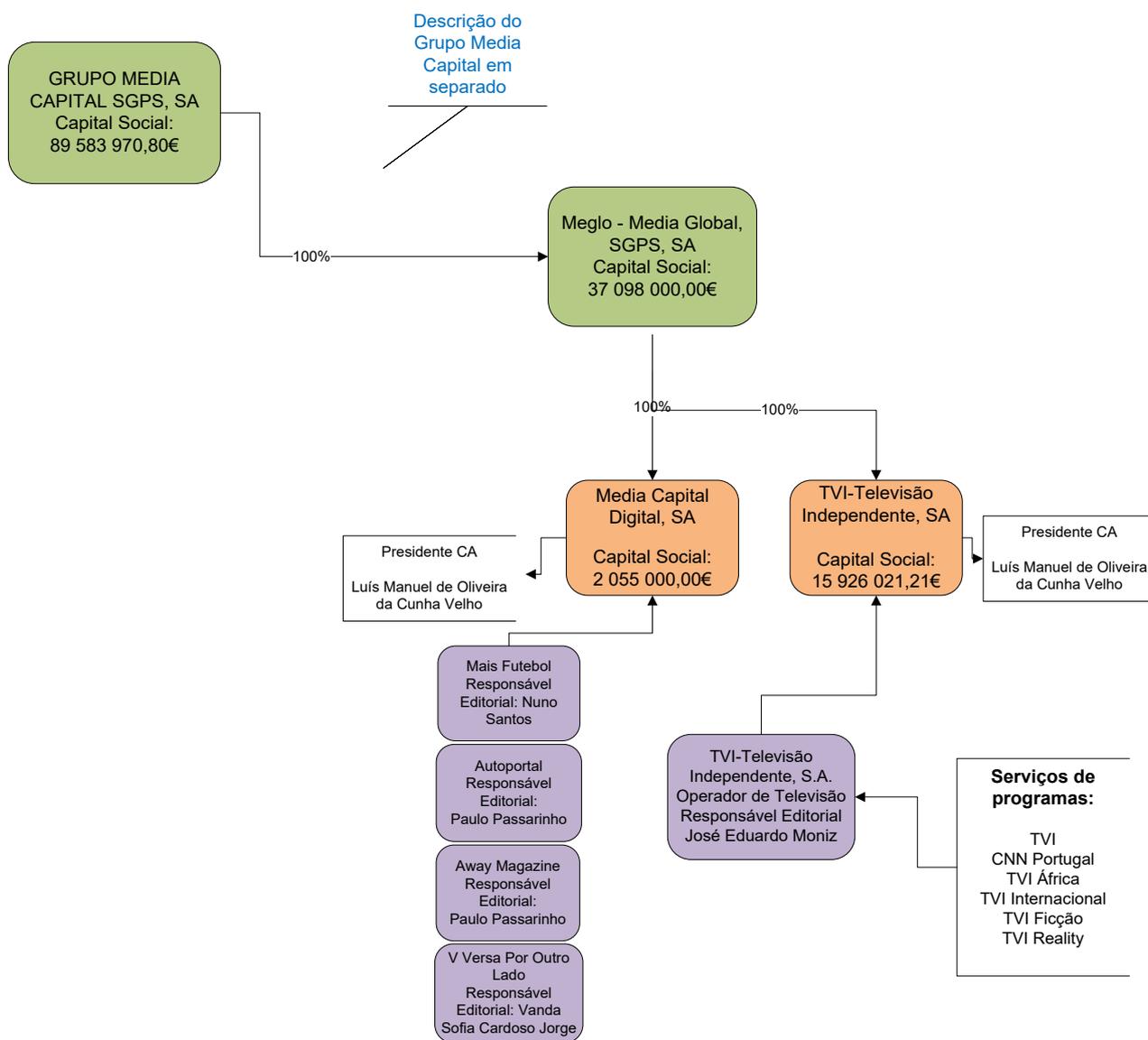
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

GRUPO MEDIA CAPITAL – acionista Zenithodyssey



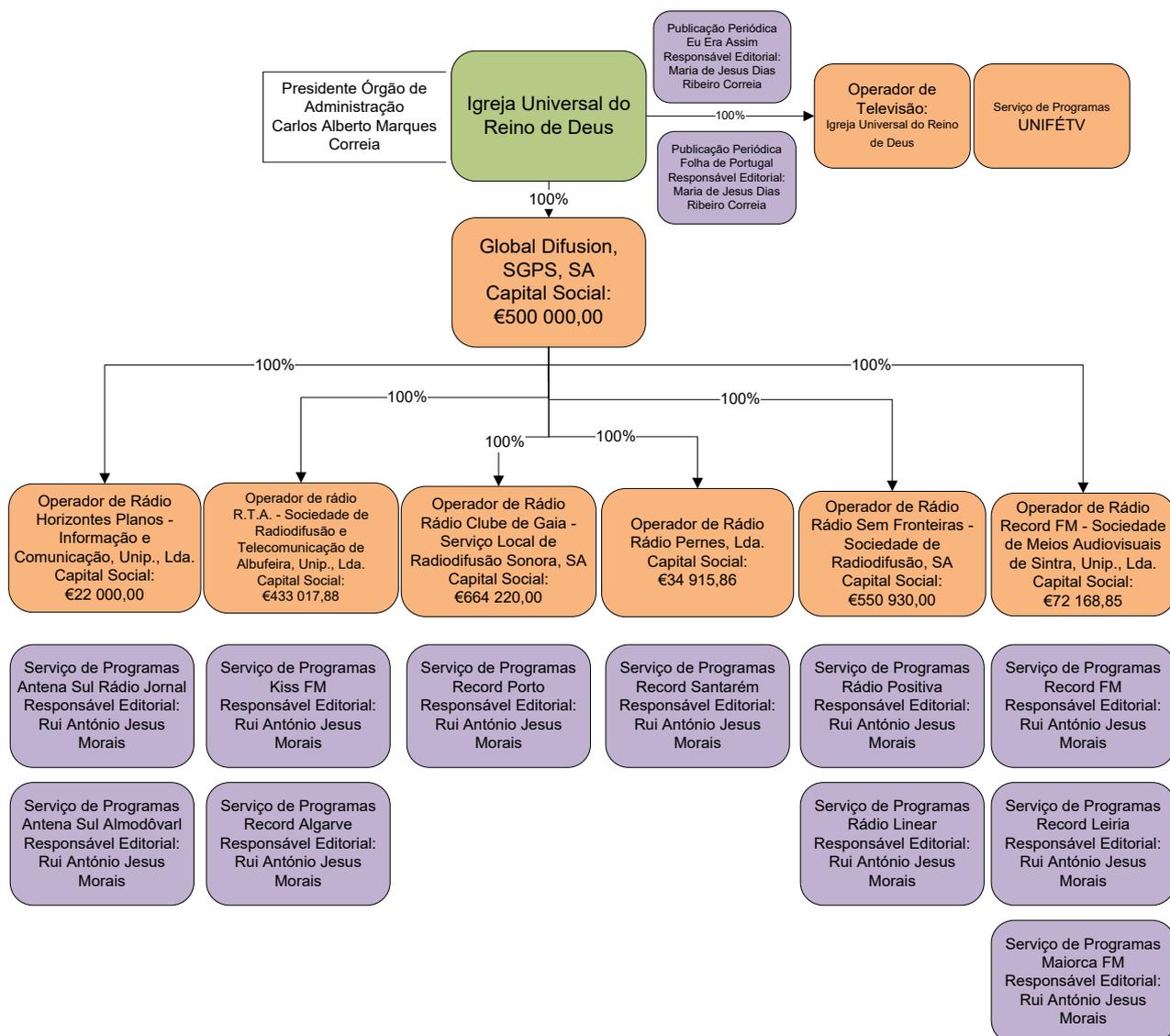
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

MEGLO - MEDIA CAPITAL DIGITAL E TVI



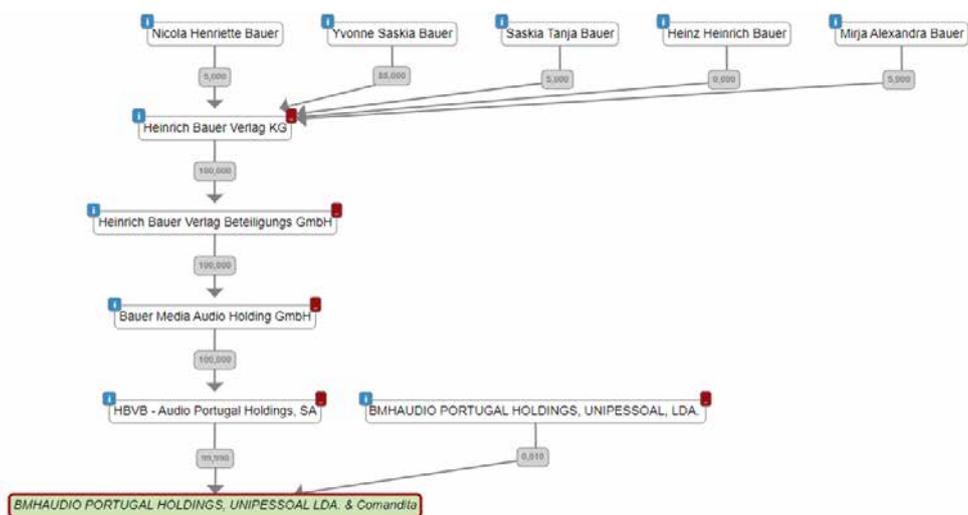
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

BMHAUDIO PORTUGAL



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

BMHAUDIO PORTUGAL - OCS

BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Rádio	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Cidade HipHop	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Cidade Latina	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 60's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 70's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 80's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 90's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Ballads	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Brasil	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Dance	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Disco	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 India	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Pop	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Portugal	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Rock	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
M80 Soul	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial 2000's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial 90's	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Brasil	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial By Night	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Dance	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial KIDS	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Made in Portugal	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial One Hit Wonders	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Rádio Rock	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Soft	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Rádio Comercial Ucrânia	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Blues	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Bossa Nova	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Cool	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Jazz	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Soul	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa
Smooth Vocal Jazz	Online	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA. & Comandita	Lisboa

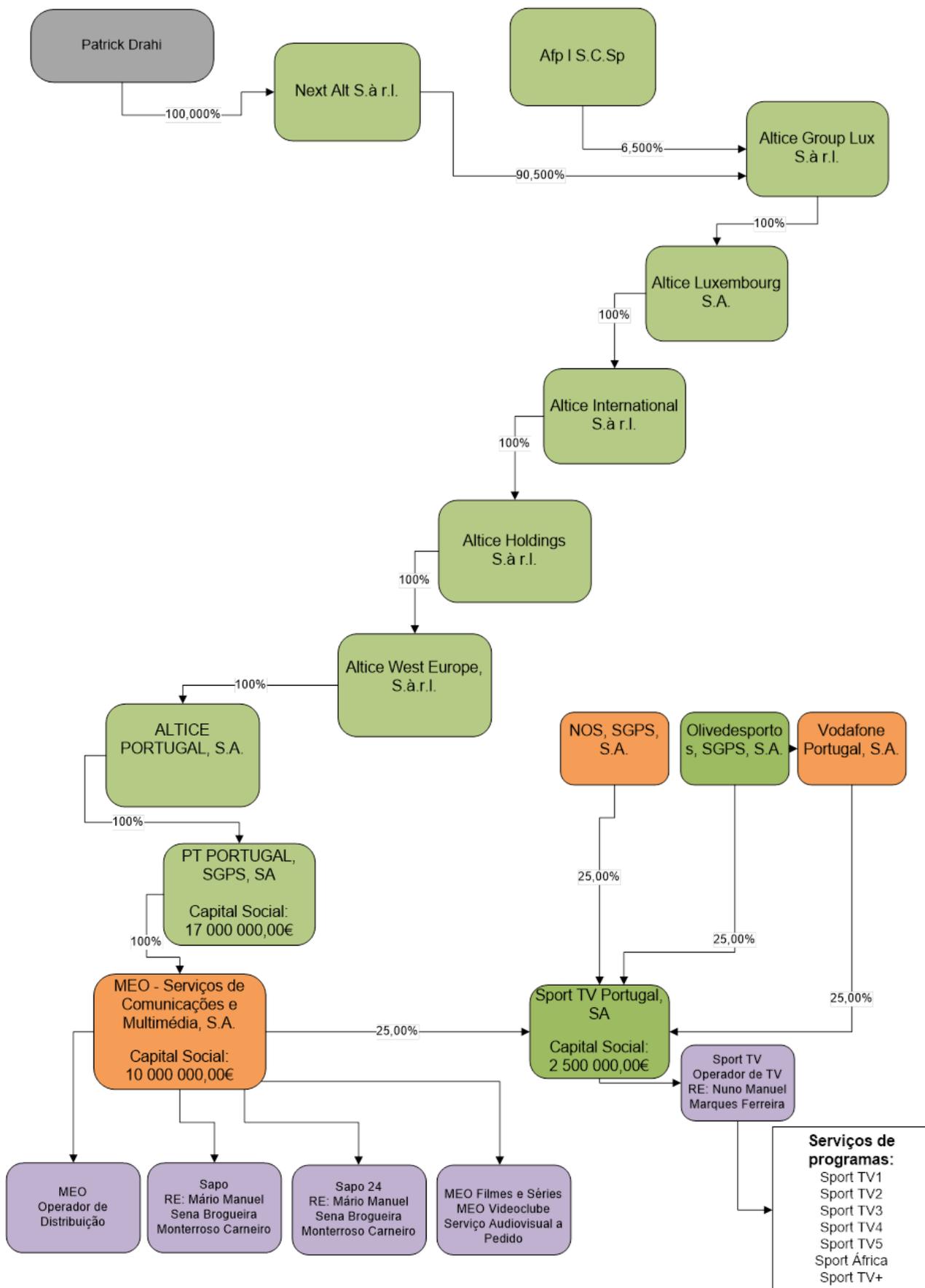
Serviços de Programas

Designação	Responsável	OCS
Cidade FM Minho	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Coimbra	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Leiria	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Mantigas	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Peralva do Castelo	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Cidade FM Centro	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Cidade FM Ribatejo	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Cidade FM Vale de Cambra	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Aveiro	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Sabugal	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Valongo	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Vila Real	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Rádio Satellite	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Smooth FM	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Smooth FM Lisboa	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Smooth FM Matosinhos	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Smooth FM Santarém	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Vodafone FM	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Vodafone FM	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Vodafone FM Cantanhede	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Vodafone FM Melgaço	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
M80 Porto	Miguel Cruz	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Cidade FM Lisboa	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Cidade FM Tejo	Manuel Cabral	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita
Rádio Comercial	Pedro Ribeiro	BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPessoal LDA, & Comandita

Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

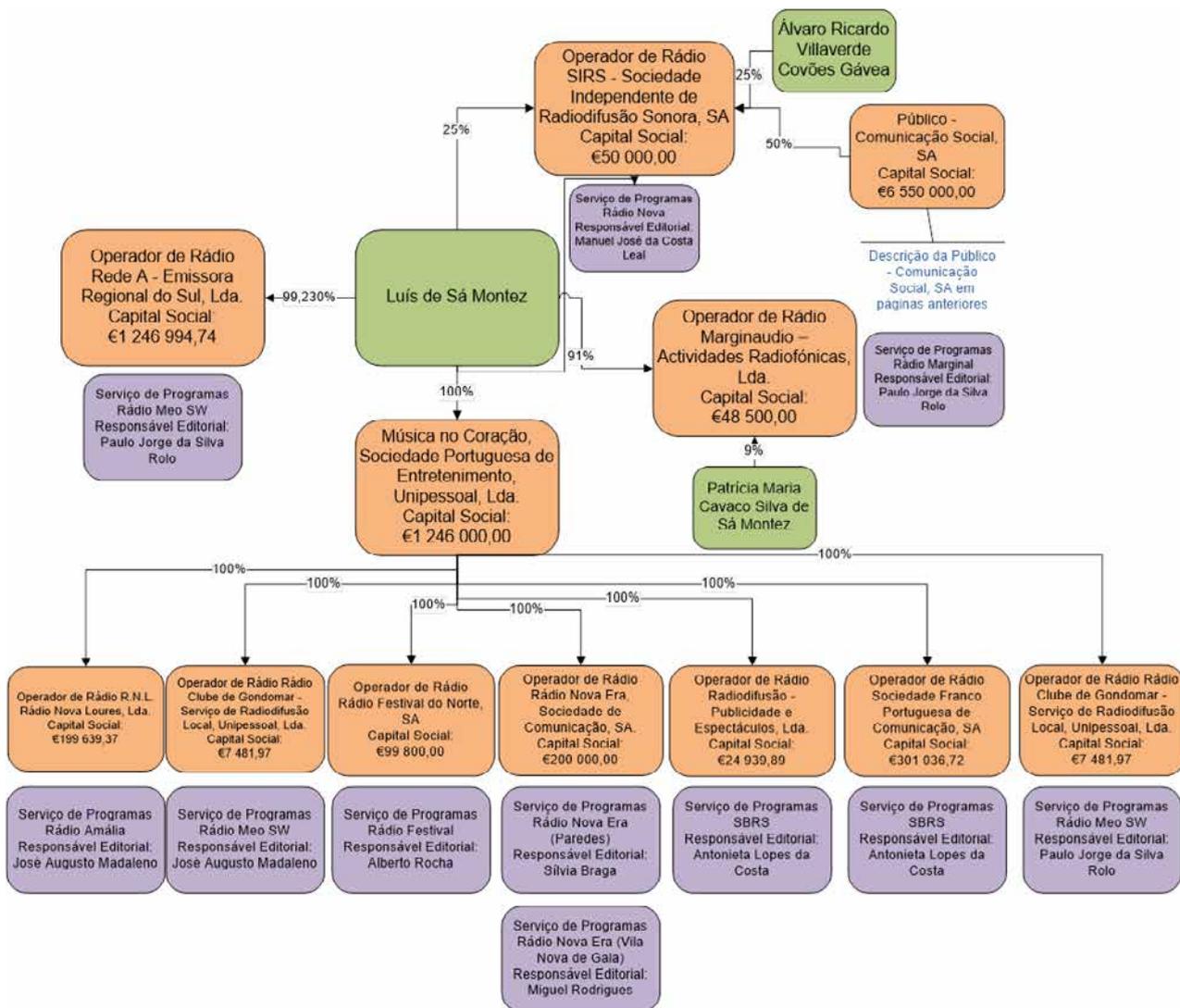
MEO

Estrutura de Capital e OCS



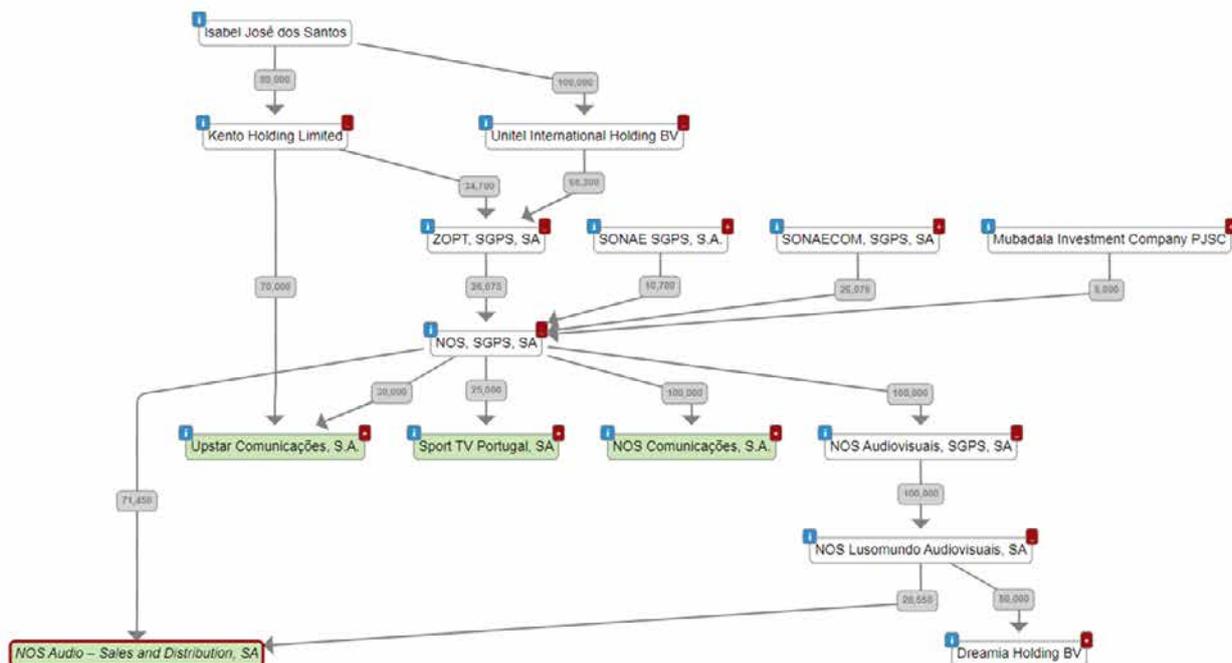
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

MÚSICA NO CORAÇÃO / LUÍS DE SÁ MONTEZ



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

NOS



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

NOS - OPERADOR DE TELEVISÃO

ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

NOS Audio – Sales and Distribution, SA

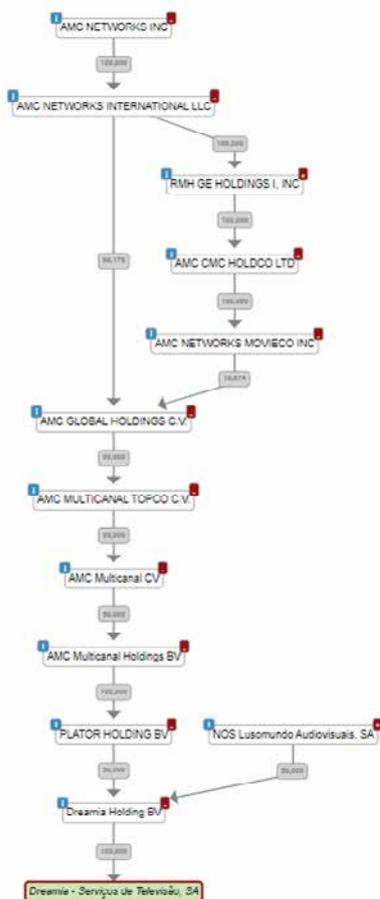
Número de Registo	523406		
Tipo de OCS	Televisão		
Responsável editorial	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	Distrito	Lisboa
Entidade Proprietária	NOS Audio – Sales and Distribution, SA		

Serviços de Programas

Designação	Responsável	OCS
TV CINE TOP	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.
TV CINE EDITION	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.
TV CINE EMOTION	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.
TV CINE ACTION	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.
CANAL NOS	SARA MARGARIDA SIMÕES LOPES DE BRITO GODINHO MOINHOS	NOS Lusomundo TV, SA
NOS Studios	JORGE MIGUEL PIRES RAMOS	NOS Lusomundo TV, SA

Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

DREAMIA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

Dreamia - Serviços de Televisão, SA

Órgãos de Comunicação Social

Designação	Tipo	Entidade Proprietária	Distrito
Dreamia - Serviço de Televisão, SA	Televisão	Dreamia - Serviços de Televisão, SA	Lisboa
DREAMIA - SERVIÇOS DE TELEVISÃO SA	Serviços Audiovisuais a Pedido	Dreamia - Serviços de Televisão, SA	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

Dreamia - Serviço de Televisão, SA

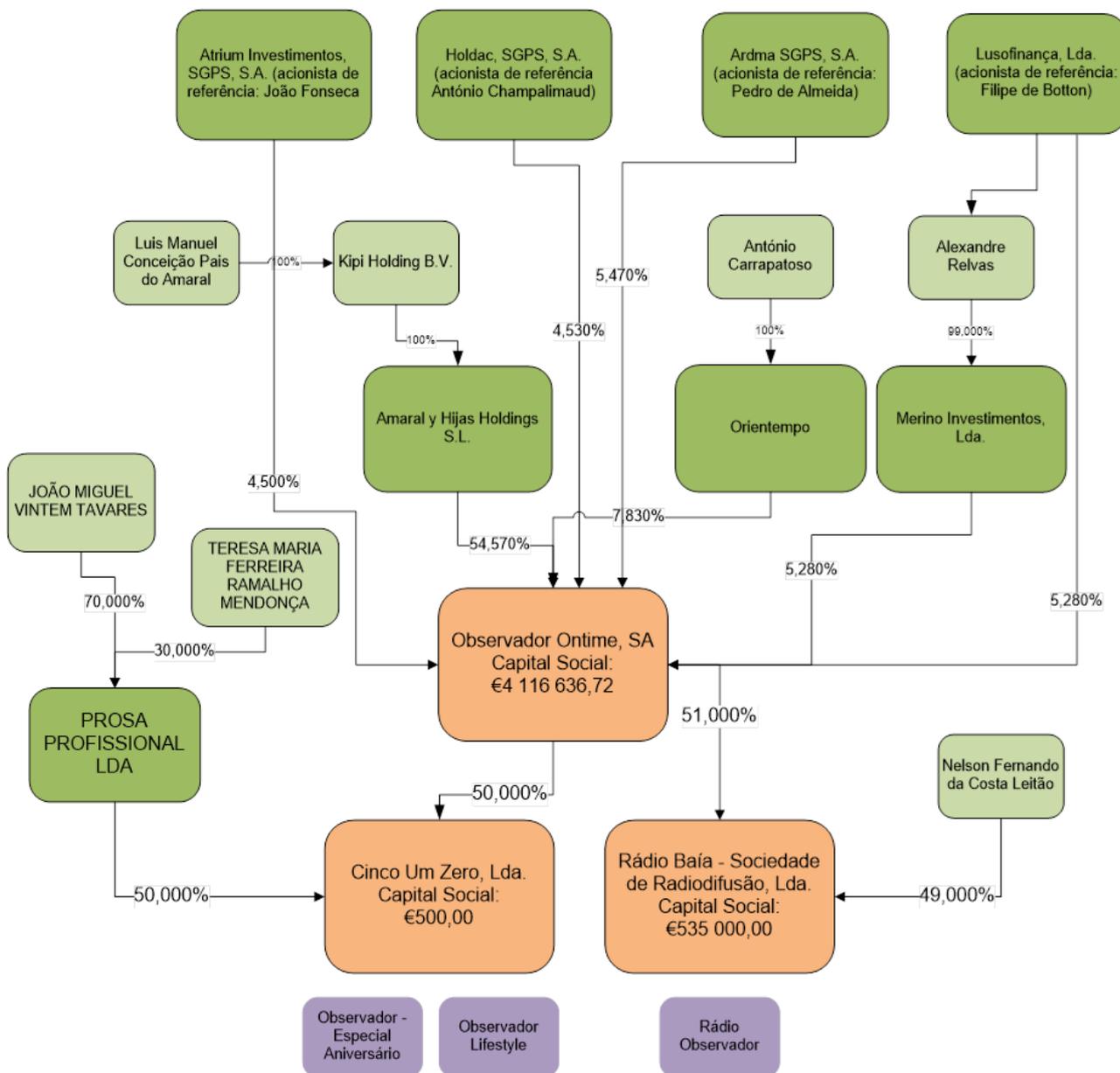
Número de Registo	523397		
Tipo de OCS	Televisão		
Responsável editorial	SUSANA MARGARIDA GOMES	Distrito	Lisboa
Entidade Proprietária	Dreamia - Serviços de Televisão, SA		

Serviços de Programas

Designação	Responsável	OCS
Canal Panda	SUSANA MARGARIDA GALHANA GOMES	Dreamia - Serviço de Televisão, SA
Canal Biggs	SUSANA MARGARIDA GALHANA GOMES	Dreamia - Serviço de Televisão, SA
Canal Blatt	PAULO LOPES BÉNARD GUEDES	Dreamia - Serviço de Televisão, SA
Canal Hollywood	PAULO LOPES BÉNARD GUEDES	Dreamia - Serviço de Televisão, SA
Canal Panda Kids	SUSANA MARGARIDA GALHANA GOMES	Dreamia - Serviços de Televisão, SA
Casa e Cozinha	DIOGO FILIPE AFONSO ALEXANDRE	Dreamia - Serviço de Televisão, SA
PANDA +	SUSANA MARGARIDA GALHANA GOMES	Dreamia - Serviço de Televisão, SA

Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

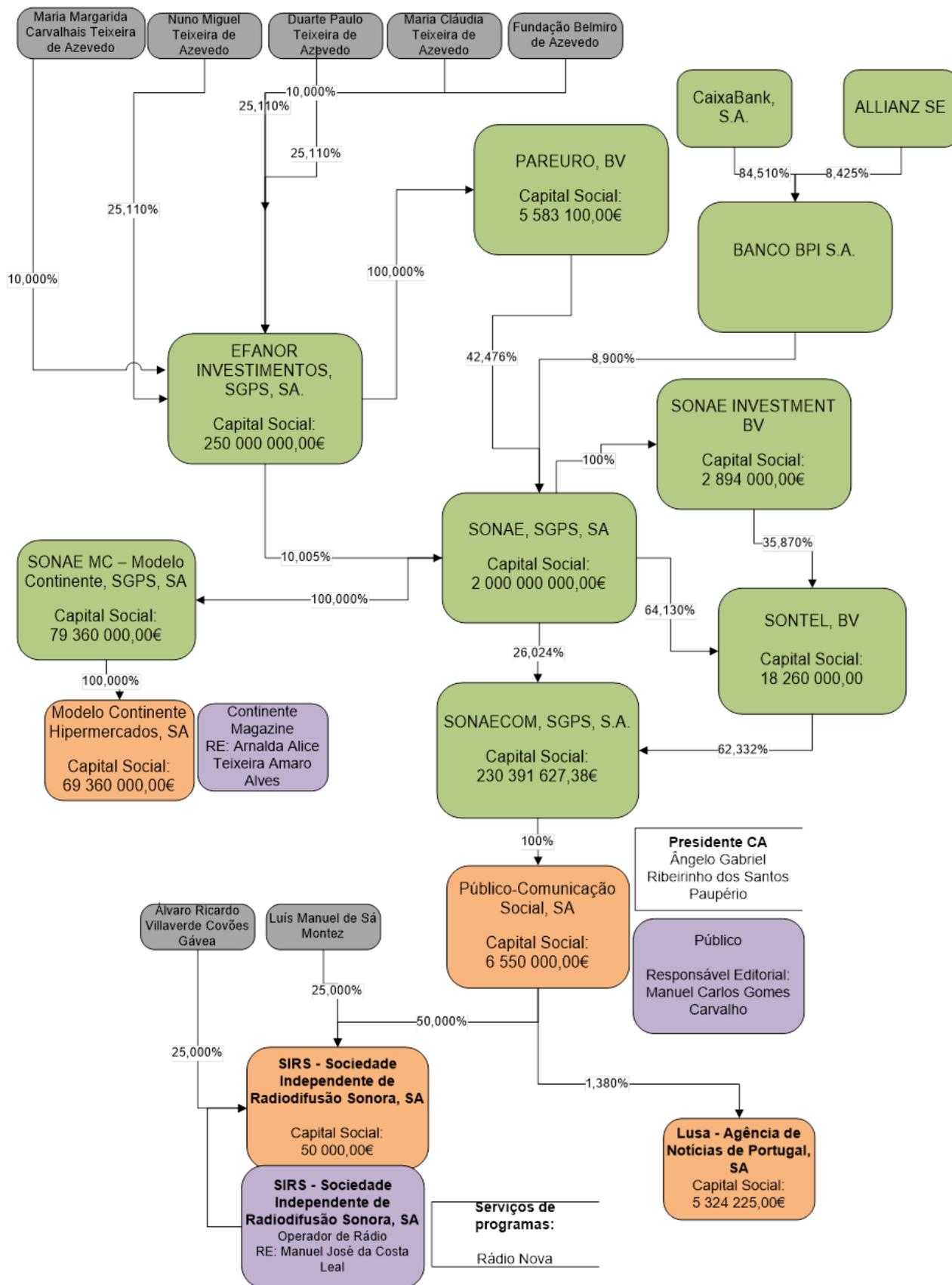
OBSERVADOR



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

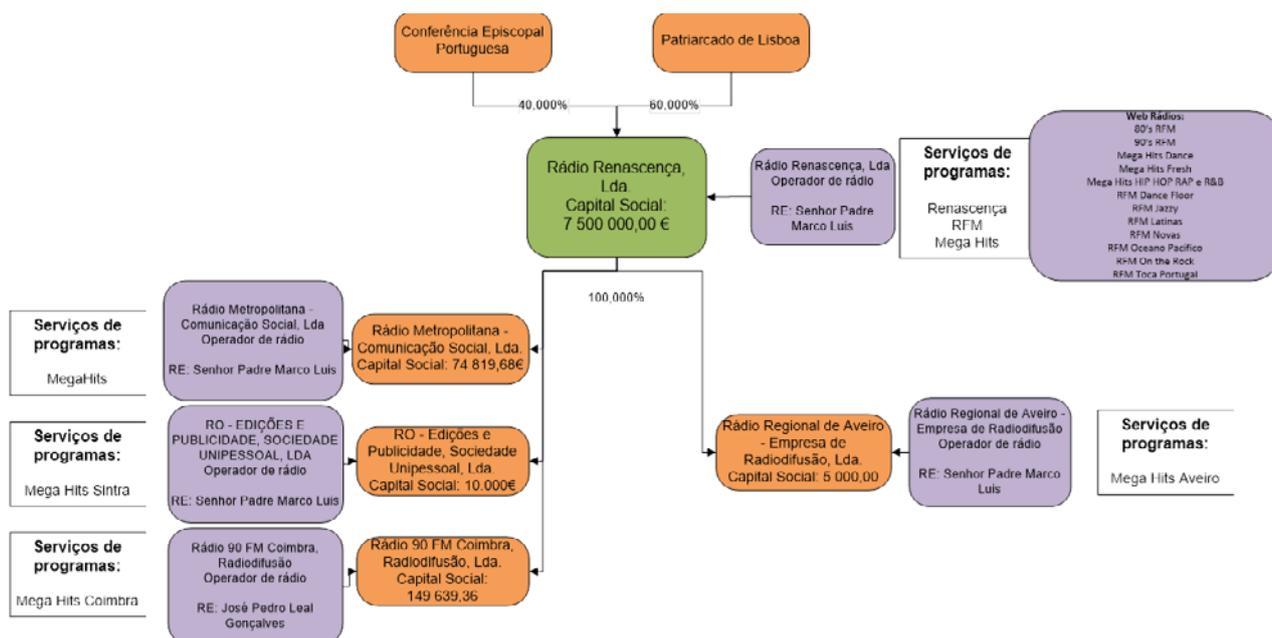
PÚBLICO, S.A.

Estrutura de Capital e OCS



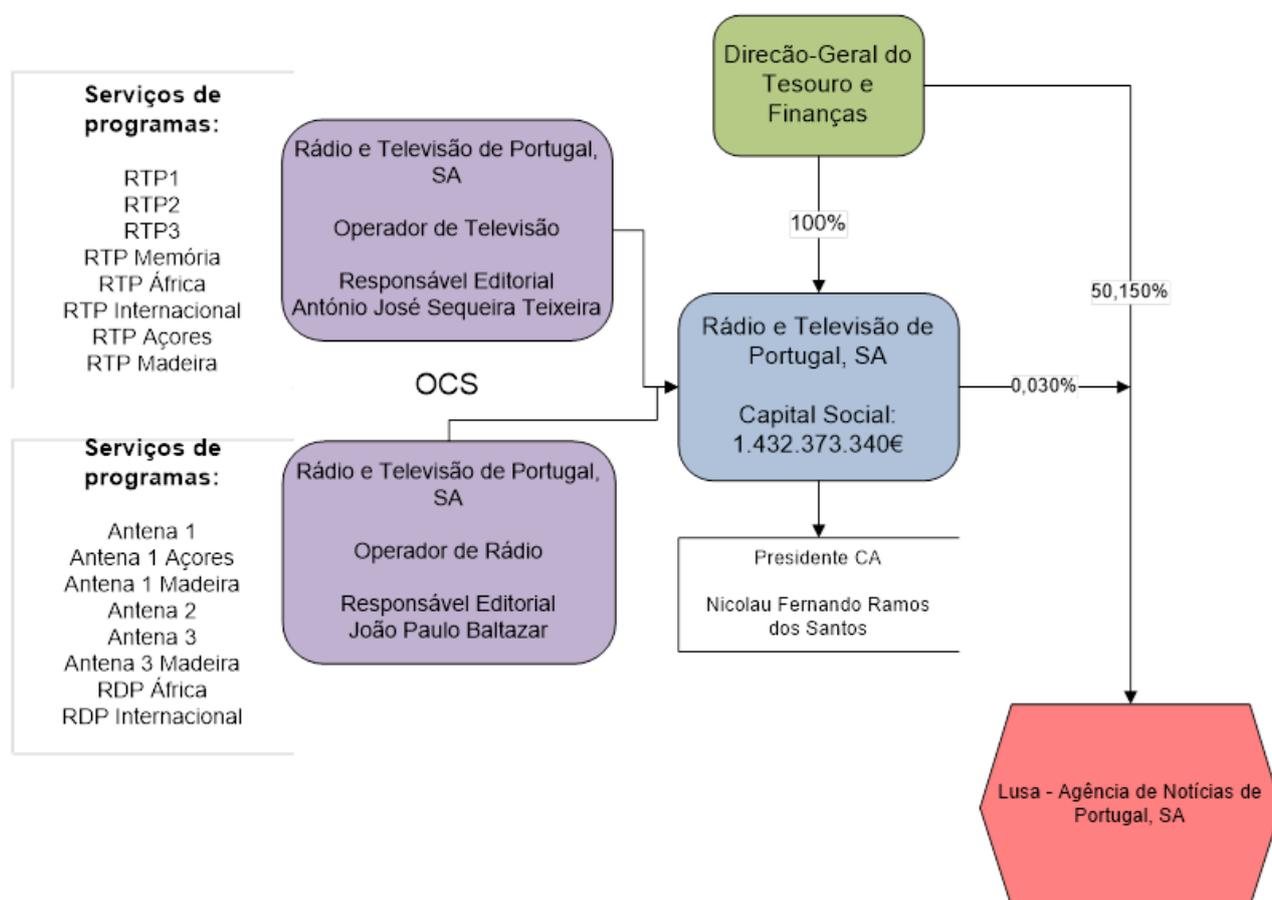
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

RÁDIO RENASCENÇA / IGREJA CATÓLICA PORTUGUESA



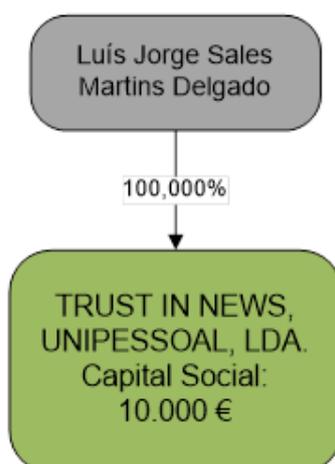
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

RTP / ESTADO PORTUGUÊS



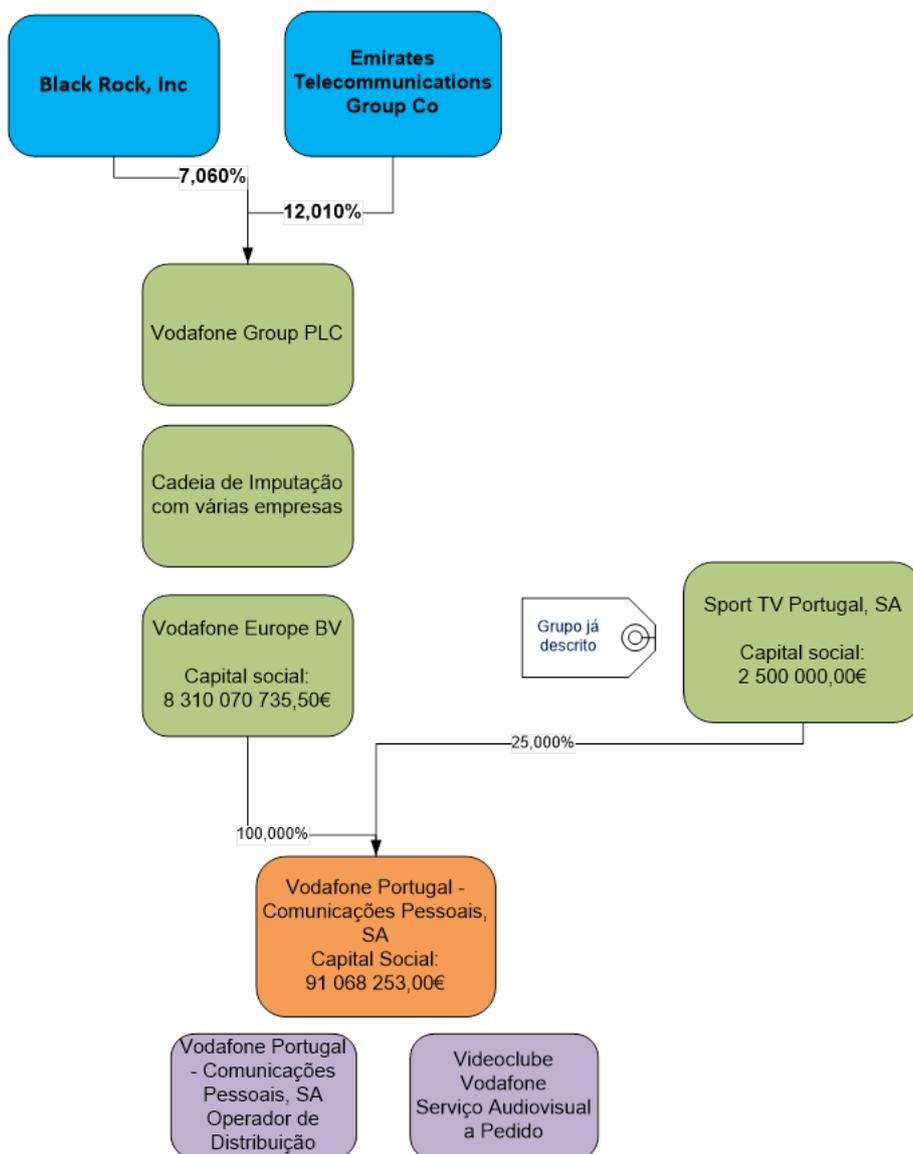
Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

TRUST IN NEWS



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)

VODAFONE



Fonte: ERC - Portal da Transparência (30-6-2023)



VOLUME I
RADIODIFUSÃO
SONORA

ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3



1. VISÃO GLOBAL

A presente análise dedica-se ao estudo das obrigações de diversidade e de pluralismo das grelhas de programação emitidas em 2022 pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

Norteia-se pelas obrigações que o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) confia à RTP e que se baseiam na diretriz da complementaridade da programação dos principais serviços de programas da rádio pública.¹

As grelhas de programação dos três serviços de programas da rádio pública apresentam-se como diversificadas. Tal reforça o previsto no CCSPRT no que concerne a complementaridade entre os três serviços disponibilizados, dando-se margem para a liberdade de programação por parte da concessionária.

Em termos globais, a programação anual dos três serviços de programas de rádio cumpre as exigências que o Estado coloca à concessionária de serviço público em matéria de radiodifusão.

¹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 16.ª - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação: <http://www.erc.pt/download/YToyOnt-zOjg6lmZpY2hlaXJvltzOjM5OjtzWRpYS9maWNoZWlyb3Mvb2JqZWN0b19vZmZsaW5lZ4MC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvltzOjUwOjJb250cmF0by1kZS1jb25jZXNzYW8tZG8tc2Vydml-jby1wdWJsaWNvLWRILXJhZGlLSl7fQ==/contrato-de-concessao-do-servico-publico-de-radio->

2. PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO SONORA

A. Dados Globais

Em 2022, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em aproximadamente 24 611 horas de programação, cabendo à Antena 2 a maior porção e à Antena 1 a menor.

FIG.1 - DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO DE CADA SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)

Serviço de programas	Duração(hh:mm:ss)
Antena 1	7973:58:54
Antena 2	8457:26:39
Antena 3	8179:25:35
Total	24 610:51:08

Salienta-se que existem conteúdos emitidos não contabilizados na análise, entre estes as promoções, os separadores, as frequências e o sinal horário.

Apresenta-se, seguidamente, a análise autonomizada para cada um dos serviços de programas, tendo em conta a diversidade de *géneros* radiofónicos e as funções na programação dos conteúdos emitidos, contemplando também a sua distribuição horária.

B. Programação da Antena 1

a) Diversidade de géneros radiofónicos

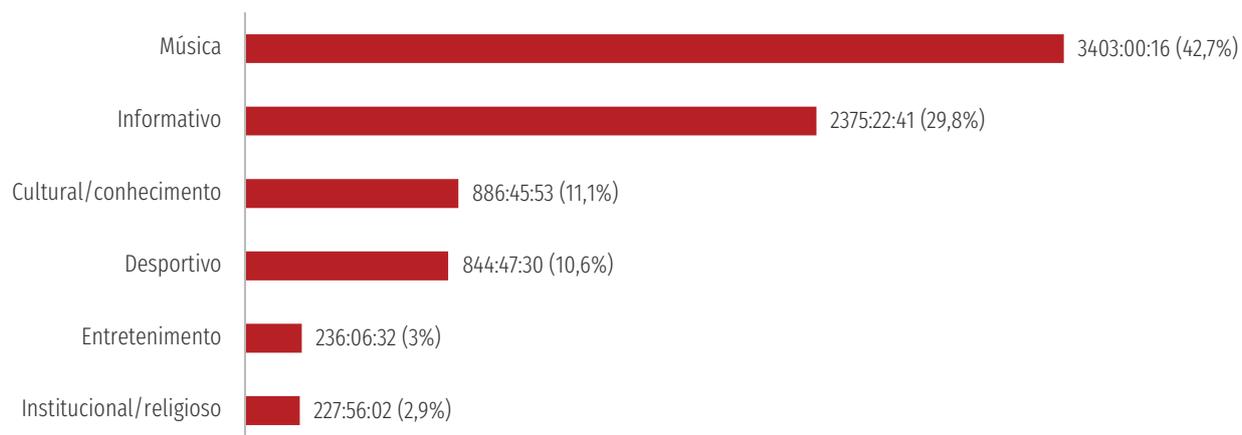
Os conteúdos emitidos pela Antena 1, em 2022, cobrem as seis grandes categorias de programação: *informativo*, *desportivo*, *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*, abarcando 26 dos 31 géneros em que se decompõem estas seis categorias.

Os géneros que não registam presenças são, na categoria de *informação*, a *antena aberta* e na de *entretenimento*, o *curso/jogo* e *jogo interativo*, a par dos programas sem formato definido (*outros informação* e *outros entretenimento*).



A distribuição da duração anual da programação pelo primeiro nível de *gêneros (macrogêneros)* é a seguinte:

FIG.2 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2022)



N= 7973:58:54 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

A Antena 1 conta com o destaque da categoria *música* (42,7%) que ultrapassa as 3 mil e quatrocentas horas de emissão. Seguem-se os programas de informação, com aproximadamente 2375 horas, representando perto de um terço da duração total da programação do ano (29,8%). Com um grande distanciamento, situa-se o terceiro grande gênero, *cultural/conhecimento* (11,1%). Os conteúdos *desportivos* e *institucionais/religiosos* correspondem a aproximadamente 6% da duração total da programação do ano.

Atentando à presença dos gêneros em que se subdividem estas grandes categorias verifica-se o destaque de dois gêneros da *música* e um da informação, conforme a Figura 3.

FIG.3 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2022)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1267:38:13	15,9%
Reportagem	90:05:09	1,1%
Debate/Entrevista	261:08:41	3,3%
Comentário	96:08:15	1,2%
Edição especial	68:04:26	0,9%
Magazine informativo	281:19:59	3,5%
Boletim meteorológico	166:40:52	2,1%
Informação de trânsito	138:33:06	1,7%
Informação bolsista	5:44:00	0,07%
Informação desportiva	177:05:18	2,2%
Transmissão desportiva	615:35:19	7,7%
Resumo desportivo	4:36:53	0,06%
Comentário desportivo	47:30:00	0,6%
Programa de música	1138:13:45	14,3%
Música de continuidade	2171:59:54	27,2%
Espetáculo	92:46:37	1,2%
Humor	61:30:30	0,8%
Talk show	174:01:02	2,2%
Infotainment	0:35:00	0,01%
Artes e <i>media</i>	300:30:39	3,8%
Ciências e humanidades	380:21:41	4,8%
Educativo	189:39:29	2,4%

FIG.3 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2022)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Comemorações e efemérides	2:40:08	0,03%
Outro	13:33:56	0,2%
Institucional	19:11:10	0,2%
Religioso	208:44:52	2,6%
Total	7973:58:54	100%

N= 7973:58:54 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Mantendo-se a tendência dos cinco anos anteriores, figuram dois *gêneros* da categoria *música* entre os três mais relevantes nas grelhas da Antena 1, que, em conjunto, totalizam 41,5 % do tempo total de emissão. São estes a *música de continuidade* e os programas de *música*, respetivamente na primeira e terceira posições de representatividade.

A *música de continuidade*, como o gênero mais proeminente, representa quase um terço do tempo de emissão (27,2 %), o que corresponde a sensivelmente 2172 horas. Os *programas de música* representam cerca de 14,3 % das horas de emissão.

Na segunda posição, os *noticiários* (15,9 %) assumem aproximadamente 1268 horas.

Em contraposição, os valores menos expressivos registam-se nas áreas do *desporto* com *resumo desportivo* (0,06 %), da *cultura* com *comemorações e efemérides* (0,03 %) e do *entretenimento*, com *infotainment2* (0,01%).

Os *programas de música* abrangem vários gêneros musicais, como o fado, o jazz e a *música tradicional portuguesa*, mantendo já alguma regularidade em relação a anos anteriores. Entre estes, destacam-se o jazz de “5 minutos de Jazz”; “Cena do Ódio”; “Alma Lusa” (fado); “Bairro Latino”; “Costa a Costa”; “David Ferreira a Contar”; “Rosa dos Ventos”, “SOS Vinil” (*música popular anglo-americana do século XX*) e “A Teoria da Evolução”.

No âmbito dos *programas de música* e a título de edições especiais, a Antena 1 destaca percursos e obras musicais relevantes, como por exemplo, Caetano Veloso, Madonna, Milton Nascimento, Paul Mccartney, Bonga Barbra Streisand, Carole King, Elis Regina e Elton John e Adriano Correia de Oliveira.

No contexto de novos *programas de música* assinala-se a “Árvore da Música”³, «dedicado à *música* de raiz tradicional»; “À Volta do Groove”⁴; “Asas Elétricas”⁵; “Bar Condicionado”⁶, «da *soul* ao *funk*, do *trip hop* ao *jazz dance*, o *french touch*, alguma eletrónica mais contemporânea»; “Expresso Europa”⁷, divulgando vários artistas europeus; “Fado Cravo”⁸; “Gira Discos”⁹; “Gramofone”¹⁰, dedicado à *música portuguesa*; “M”¹¹, «que pretende divulgar as novidades da *música soul / funk / R&B / hip-hop / disco sound*»; “Máquina do Tempo”¹², que se dedica a reavivar referências da *música pop*; o *magazine* musical “Mixtape”¹³; “Música Triste”¹⁴, «em todas as línguas do mundo»; “Num País Tropical”¹⁵, que destaca a *cultura* musical brasileira tal como “Transatlântico”¹⁶; “Verdes Anos”¹⁷; “Verões Passados”¹⁸ e “2022 - Um ano com as Canções de cada um de Nós”¹⁹.

No seu conjunto, os referidos programas cobrem vários domínios e épocas da *música*.

2 Foi atribuída esta categorização ao programa juvenil “Diário do Nicolas”. <https://antena1.rtp.pt/programa/diario-do-nicolas/>

3 <https://www.rtp.pt/play/p9838/a-arvore-da-musica>

4 <https://www.rtp.pt/programa/radio/p7454>

5 <https://antena1.rtp.pt/programa/asas-eletricas/>

6 <https://antena1.rtp.pt/programa/bar-condicionado/>

7 <https://antena1.rtp.pt/programa/expresso-europa/>

8 <https://www.rtp.pt/play/p9839/e609073/fado-cravo>

9 <https://antena1.rtp.pt/programa/gira-discos/>

10 <https://antena1.rtp.pt/programa/gramofone/>

11 <https://antena1.rtp.pt/programa/m/>

12 <https://www.rtp.pt/play/p9860/maquina-do-tempo>

13 <https://antena1.rtp.pt/programa/mixtape/>

14 <https://antena1.rtp.pt/programa/musica-triste/>

15 <https://antena1.rtp.pt/programa/num-pais-tropical/>

16 <https://www.rtp.pt/play/p10627/e640561/transatlantico>

17 <https://www.rtp.pt/play/p9841/e599042/verdes-anos>

18 <https://www.rtp.pt/play/p10489/e637271/veroes-passados>

19 <https://www.rtp.pt/play/p11301/e668069/cancoes-de-cada-um>

Retomada a cobertura de festivais, a Antena 1 divulgou os ocorridos em vários pontos do país como o “Santa Casa Alfama”, “Festival Bons Sons”, “Festival Med”, “Festival Músicas do Mundo” e o “Festival RTP da Canção”. Complementarmente, a Antena 1 promoveu diversos especiais musicais.

Surgiram também novos programas enquadráveis em diferentes categorias do macrogénero *cultural/conhecimento* tais como *artes e media*, *ciências e humanidades* e *educativo*. A título de exemplo, com uma vertente juvenil “A Minha Pilar na América”²⁰; “Almanaque de Ouvido”²¹, que percorre as várias tradições de Portugal; “As Horas Extraordinárias”²²; “Biblioteca Pública”²³; “Cinema & Etc.”²⁴; “De olhos bem fechados”²⁵, que concilia o cinema e a *música*; “Duas ou Três Coisas”²⁶; “Mortinho por Sair de Casa”²⁷, divulgando a agenda cultural; “Na Ponta da Língua”²⁸, para dúvidas linguísticas; “Os Mistérios da Voz”²⁹, que contribui para divulgar a *cultura* portuguesa; “Pranchas e Balões”³⁰, versa sobre a banda desenhada; “Sabor a Canelas”³¹, para uma divulgação gastronómica; “#SóQNão”³², “sobre identidades” contra a discriminação e afirmando a diversidade; “Viagens com Livros”³³ e “Consoante a Consoada”³⁴.

No campo *informativo* identificam-se novos programas como o “Antídoto”³⁵, num formato de debate; “Canções com História”³⁶, num formato de *reportagem*; “Brasil 200”³⁷ em que «a Antena 1 lança este mês a Brasil 200, uma rádio digital, onde 24 horas por dia se criam encontros e diálogos entre Brasil e Portugal»; “Consulta Pública”³⁸, que num formato de debate aprofunda vários temas da atualidade; “De Cravo ao Peito”³⁹; “Efeito Borboleta”⁴⁰; “Infinito Particular”⁴¹, que inclui entrevistas biográficas; “Maré Alta”⁴², que visita vários locais do País e conta, em formato *reportagem*, a sua história; “Primeira Medida”⁴³, comentando vários temas de relevo noticioso; “REC - Repórteres em Construção”⁴⁴, que consiste num «projeto colaborativo que reúne professores e estudantes de jornalismo de todo o país e jornalistas, promovendo a realização de reportagens no âmbito da formação dos futuros profissionais da área»; “Terra Média”⁴⁵, explorando os novos temas globais e incluem as novas tecnologias, e “Tratar o Cancro por Tu”⁴⁶, abordando-se vários tipos da doença.

No domínio *desportivo*, destacou-se a transmissão de jogos de diversas competições de futebol, o rally de Portugal e a Volta a Portugal em Bicicleta. Este domínio conta com um programa de informação desportiva dedicado a acompanhar a Seleção Portuguesa nos jogos do Mundial de Futebol do Catar (“Até que a Voz nos Doha”).

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A distribuição da programação da Antena 1 por blocos horários mostra a presença das seis macro categorias em quatro desses períodos.

O segundo intervalo da tarde (17h-19h59) não regista conteúdos de natureza *entretenimento* ou *institucional/religioso* e o período da noite (20h-22h59) não regista conteúdos de *entretenimento*.

20 <https://media.rtp.pt/zigzag/artigos/a-minha-pilar-na-america/>

21 <https://antena1.rtp.pt/programa/almanaque-de-ouvido/>

22 <https://antena1.rtp.pt/podcast/as-horas-extraordinarias/>

23 <https://antena1.rtp.pt/programa/biblioteca-publica/>

24 <https://antena1.rtp.pt/programa/cinema-etc/>

25 <https://www.rtp.pt/play/p10707/e642143/de-olhos-bem-fechados>

26 <https://antena1.rtp.pt/programa/duas-ou-tres-coisas/>

27 <https://www.rtp.pt/play/p10010/mortinho-por-sair-de-casa>

28 <https://www.rtp.pt/play/p9953/e665430/na-ponta-da-lingua>

29 <https://www.rtp.pt/play/p7857/e632525/os-misterios-da-voz>

30 <https://www.rtp.pt/programa/radio/p7492>

31 <https://www.rtp.pt/play/p10488/e638474/sabor-a-canelas>

32 <https://www.rtp.pt/play/p7844/e601610/soqnao>

33 <https://www.rtp.pt/play/p10490/viagens-com-livros>

34 <https://antena1.rtp.pt/programa/consoante-a-consoada/>

35 <https://antena1.rtp.pt/programa/antidoto/>

36 <https://antena1.rtp.pt/programa/cancoes-com-historia/>

37 <https://antena1.rtp.pt/os-dias-da-radio/brasil-200-a-nova-radio-digital-com-assinatura-antena-1/>

38 <https://antena1.rtp.pt/programa/consulta-publica/>

39 <https://antena1.rtp.pt/podcast/de-cravo-ao-peito/>

40 <https://www.rtp.pt/play/p9832/efeito-borboleta>

41 <https://www.rtp.pt/play/p10680/e661348/infinito-particular>

42 <https://www.rtp.pt/play/p10487/e632084/mare-alta>

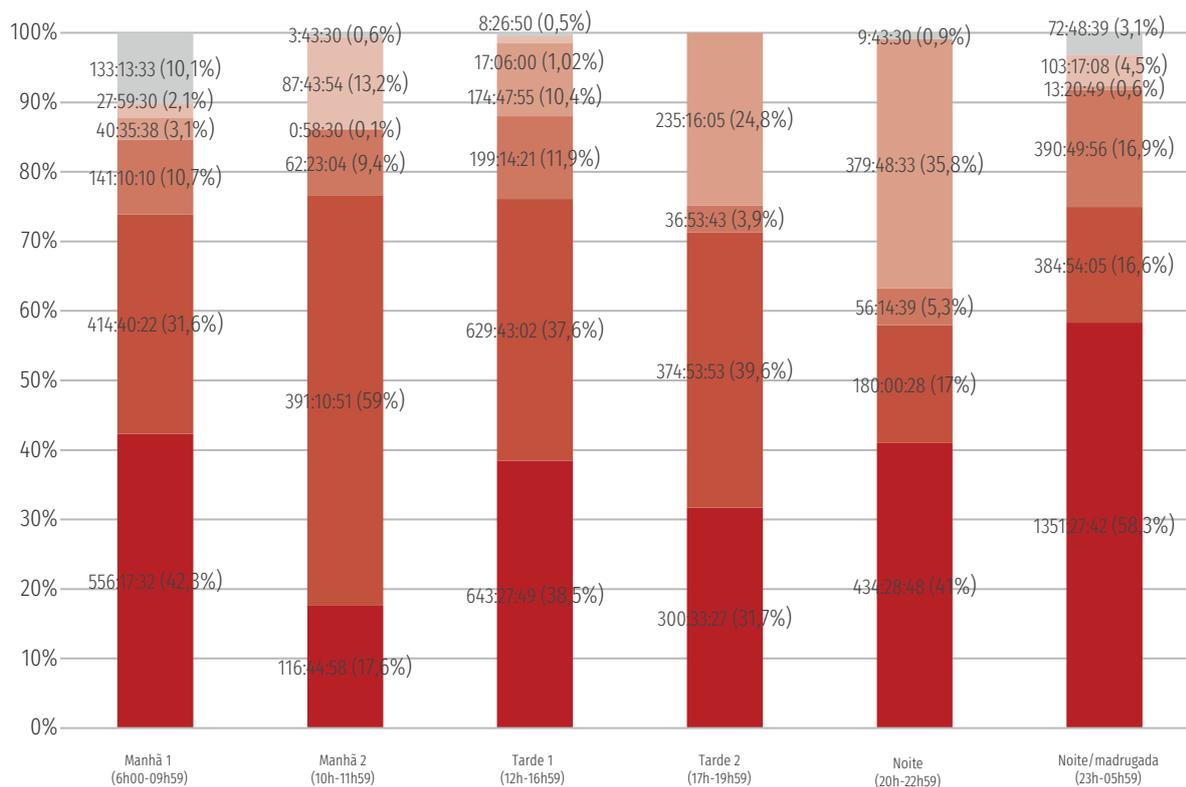
43 <https://www.rtp.pt/play/p6248/e431369/primeira-medida>

44 <https://www.rtp.pt/play/p9793/e643692/rec-reporteres-em-construcao>

45 <https://www.rtp.pt/play/p9931/terra-media>

46 <https://www.rtp.pt/play/p9897/tratar-o-cancro-por-tu>

FIG.4 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2022)



N= 1313h56m45s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 662h44m47s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1672h45m57s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 947h37m08s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1060h15m58s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2316h38m19s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A *música* é a categoria mais proeminente em quatro dos seis blocos horários. No segundo bloco da manhã (10h-11h59) e no segundo da tarde (17h-19h59) a *música* cede lugar à *informação*. Nestes blocos, o gênero *informativo* representa, respetivamente, 59 % e 39,6 % e a *música* 17,6 % e 31,7 % dos conteúdos emitidos.

A distribuição horária da programação traça-se, em modos gerais, pelo maior peso dos conteúdos *informativos* nos períodos diurnos e da *música*, particularmente no período da *noite/madrugada*, nos noturnos. Tal, não obstante, e como referido, a *música* destacar-se, também, no primeiro período da manhã e tarde.

No bloco horário da *noite/madrugada* seguem-se à *música* (58,3 %), os conteúdos *culturais* e *informativos* (respetivamente, 16,9 % e 16,6 %). É neste horário que a *cultura/conhecimento* se assume como o segundo conteúdo mais presente.

O bloco horário da *noite* é aquele em que o *desporto* assume o seu maior, peso com as transmissões das competições (35,8 %), que abarcam, em alguns casos, também o período da tarde, seguindo-se, na segunda posição, à *música* (41 %).

No intervalo das 10h-11h59m, em que a *informação* se destaca, é aquele em que *entretenimento* assume a sua maior expressão, na posição de terceiro conteúdo mais emitido (13,2 %).

Tomando em consideração a decomposição destas grandes categorias (Cf. Anexo III - Figuras), já havia sido referido que a *música de continuidade*, se aproxima de um terço do tempo da emissão da Antena 1 (27,2 %).

A *música de continuidade* destaca-se como o conteúdo com maior percentagem de duração em três dos seis períodos horários. A categoria *música* continua a ser a mais representada também no bloco da *madrugada*, espelhando o peso dos *programas de música* (30,8 %) aos quais se segue a *música de continuidade* (25,9 %).

No segundo período da manhã, o maior peso da informação reflete-se na categoria mais representada dos *noticiários* (35,7 %) e na terceira posição assumida pelo *debate/entrevista* (13,1 %). O *talk show*, na categoria do *entretenimento*, está no segundo conteúdo mais presente (13,2 %).

No bloco da noite, como mencionado, assumem o maior peso as transmissões desportivas (35,8 %), sendo a categoria da *música* representada pela *música de continuidade* (33,8 %), *programas de música* (4,1 %) e *espetáculo* (3,1 %). Verifica-se que a Antena 1 dedica este bloco também à transmissão de concertos (*espetáculos*).

O período com maior diversidade em termos de *géneros* é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 23. Em relação à totalidade dos 26 em 31 *géneros* representados, verifica-se a ausência do *talk show*, no *entretenimento*, *outro*, na *cultura/conhecimento*, e os conteúdos de natureza *religiosa*. À referida *música de continuidade* (30 %) seguem-se os *noticiários* e o *magazine informativo*, com um total conjunto representativo de um quarto da duração do período (25 %). Pertence a *infotainment* (0,02 %) o conteúdo com a menor relevância neste bloco horário.

Para o primeiro período da manhã, com 19 *géneros*, mantém-se a tendência de supremacia da *música de continuidade* (31,3 %), seguida do *noticiário* (19,2 %) e, em terceiro, *programa de música* (11 %). É neste período que os conteúdos de natureza *religiosa* assumem mais peso (10 %).

Para o segundo intervalo da manhã, também com 19 *géneros*, o destaque, nos três anos precedentes ao programa *antena aberta*, passa a ser destinado aos *noticiários* e *debate/entrevista*, seguidos de *talk show* (13,2 %). O conteúdo *resumo desportivo* apresenta o tempo de emissão mais baixo (0,02 %).

Durante a *tarde 2* (17h-19h59), registam-se 17 *géneros* dos 31 totais. Mantém-se a prevalência da *música de continuidade* (23 %), *noticiário* (19,9 %) e *transmissão desportiva* (14,5 %). O conteúdo *ciências e humanidades* regista o valor mais baixo de tempo de emissão, com 0,09 % da duração do período.

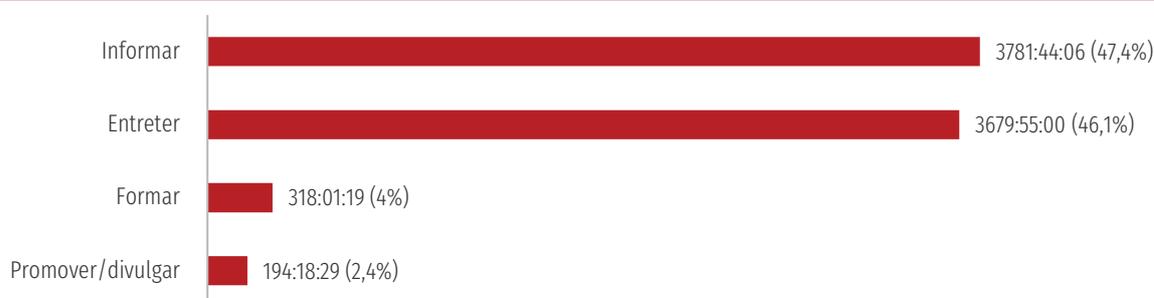
O intervalo da *noite* (20h-22h59m) regista, igualmente, a presença de 17 *géneros*. O conteúdo mais representado é a *transmissão desportiva* (35,8 %), seguindo-se a *música de continuidade* e, a larga distância, o *noticiário* (9 %).

O intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) regista 19 *géneros*. Os *programas de música* assumem a primeira posição (30,8 %), segue-se a *música de continuidade* (25,9 %) e, na terceira posição, o *noticiário* (11,8 %).

c) Funções na programação

A análise das funções da programação da Antena 1 permite salientar as vertentes de informação e *entretenimento*.

FIG.5 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2022)



N= 7973:58:54 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar* e *entreter*, acumulando respetivamente 47,4 % e 46,1 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam praticamente 94 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 33,5 % do tempo total da *função*. Este género distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aqueles que apresentam a segunda duração mais longa são os *programas de música* (14,4 %) e de *artes e media* (8,9 %).

Cabe referir que os conteúdos transmitidos preenchem várias funções e se toma como referência aquela que se considera primordial. Dito de outra forma, os *programas de música* podem assumir, além da vertente informativa, um papel de *entretenimento* em que se combina informação sobre um artista, seu percurso e a emissão das suas obras. Tal como em *artes e media* se combina à função informativa um peso de formação.

A *função entreter* é preenchida, em grande parte, por conteúdos musicais (76,6 %), designadamente *música de continuidade* (59 %), em destaque, e *programas de música* (15 %). Inclui também, em segunda posição, as transmissões de jogos de futebol (16,7 %).

As duas funções menos presentes, *formar* e *promover/divulgar*, apresentam valores que não ultrapassam os 4 % (respetivamente 4 % e 2,4 %).

Formar é uma *função* cumprida essencialmente por dois géneros de programas: *educativos* (57 %) e *ciências e humanidades* (24 %).

Como exemplo de programas de *humanidades*, encontra-se o “À Volta dos Livros”, sobre literatura, e “Cidade Invisível”, que «fala dos processos não convencionais de aquisição de conhecimento».

Na categoria *educativos* estão programas como a “A Palavra do Dia”; “Serviço Público – Bloco de Notas”; “De Lisboa a Estocolmo”; “Na Ponta da Língua”; “Biblioteca Pública”, entre um conjunto de outros programas.

Aproximadamente nove em cada dez horas da *função promover/divulgar* é preenchida por programas *religiosos* (90,1 %), designadamente a “A Fé dos Homens” e a “Eucaristia Dominical”, ficando o remanescente da função a cargo dos conteúdos de natureza *institucional* (9,9 %), que incluem os tempos de antena para as legislativas de 2022.



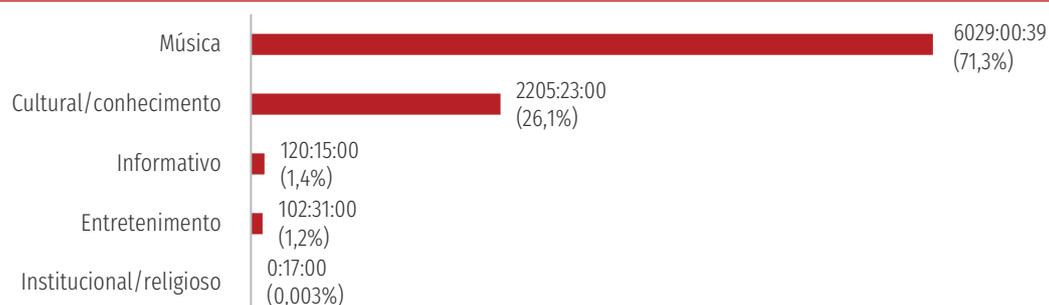
C. Programação da Antena 2

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A Antena 2 emite programas que se enquadram em cinco das seis grandes categorias de *géneros* de programação: tal como vem sendo seu apanágio ao longo dos anos, não difunde conteúdos de *desporto*.

A especificidade da programação da Antena 2 remete para um especial enfoque nos conteúdos musicais alternativos, com particular atenção aos *géneros* clássico e erudito. Esta vocação reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas.

FIG.6 - DURAÇÃO DE MACROGÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2022)



N= 8457:26:39 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

A programação da Antena 2 é, então, largamente dominada pelos conteúdos de *música*. Mais de sete em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (71,3 %), representando uma soma anual de mais de seis mil horas de emissão.

Esta larga prevalência resulta na óbvia escassez dos restantes *géneros* de programas. Consequentemente, a categoria que reúne a segunda maior porção de tempo de programação, *cultural/conhecimento*, representa 26,1 % do tempo total, que corresponde a pouco mais de 2200 horas analisadas em 2022. Com uma presença bastante inferior e a registar um ligeiro acréscimo face ao ano anterior, os programas *informativos* totalizam 1,4 % da duração total emitida pela Antena 2.

No que toca ao *entretenimento*, categoria quase sempre ausente deste serviço de programas, a sua presença fica a dever-se, essencialmente, a 98 edições do programa “Na Corrente” e oito de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios”.

FIG.7 - DURAÇÃO DE GÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2022)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Programa de música	2828:11:45	33,4%
Música de continuidade	2067:58:54	24,5%
Artes e <i>media</i>	1839:45:00	21,8%
Espetáculo	1132:50:00	13,4%
Ciências e humanidades	251:36:00	3,0%
Educativo	114:02:00	1,3%
Noticiário	111:10:00	1,3%
Outro (entretenimento)	102:31:00	1,2%
Debate/entrevista	8:30:00	0,1%
Reportagem	0:35:00	0,01%
Institucional	0:17:00	0,003%
Total	8457:26:39	100%

N= 8457h26m39s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2022, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 11 *gêneros* dos 31 previstos na grelha de análise, face a nove no ano anterior. Tal prende-se com a introdução, embora com valores muito residuais, dos *gêneros reportagem e debate/entrevista*.

Regista-se praticamente a mesma duração dos *programas de música* em 2022 (33,4 %) face a 2021 (33,7 %). Ainda assim, este mantém-se como o género mais representativo, contabilizando mais de 2800 horas, seguido de programas de *Música de Continuidade* (24,5 %) - peças de *música* integradas nos programas mais longos, semelhantes a contentores, nos quais há lugar para a emissão de conteúdos de natureza diversa e onde a *música* se apresenta sobretudo como ligação entre os restantes conteúdos do programa -, e *artes e media*, que regista um decréscimo (21,8 % em 2022 face a 28,8 % em 2021).

Em quarto lugar, os *espetáculos* representam 13,4 % da programação da Antena 2, mais 1 % que no ano anterior, com programas como “Grande Auditório”, “Concerto Aberto”, “Mezza-voce”, “Concertos Antena 2”, entre outros.

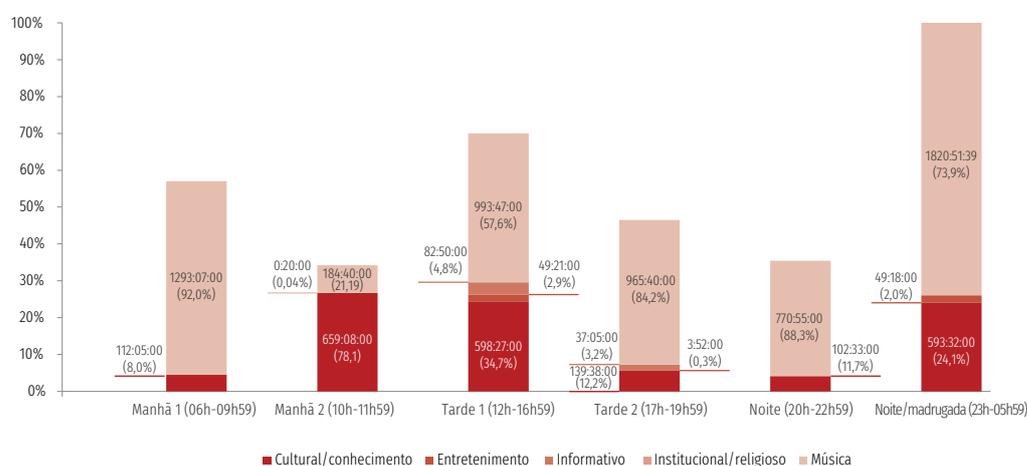
Dada a peculiaridade da programação da Antena 2, fruto da missão que o CCSPT lhe confia, é interessante observar a diversidade de conteúdos integrados no *género programa de música*. Estes contemplam a função mais simples de fruição de *música* de determinados *gêneros*, como é o caso de “Jazz A 2”, “Raízes” ou “Música Contemporânea”, dedicada a obras atuais.

Na perspetiva de dar a conhecer a *música*, considerando os seus autores e intérpretes, as suas origens e a história da *música*, encontram-se programas como “A Propósito da Música”⁴⁷, «A obra enunciada e refletida dos grandes compositores da História».

b) Diversidade de *gêneros* radiofónicos por período horário

A Figura 8 ilustra a proporção das grandes categorias de *gêneros* na emissão da Antena 2, ao longo do dia.

FIG.8 - DURAÇÃO DE MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2022)



N= 1405h12m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 844h08m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1724h42m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1146h15m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 873h28m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2463h41m39s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

A *música* assume uma posição de grande preponderância em quase todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 06h-09h59 (92 %). Por oposição, é no período da *Manhã 2*, entre as 10h e as 11h59 que os conteúdos de *música* têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, 21,9 % da emissão.

Os programas de informação têm maior relevância, entre as 12h e as 16h59, com uma presença cifrada em 4,8 % da duração da faixa horária.

47 <https://www.rtp.pt/programa/radio/p1127>

É durante a manhã, entre as 10h e as 11h59, que a programação cultural atinge maior expressão, representando 78,1 % do tempo de emissão da faixa. Tem em seguida maior expressão entre as 12h e as 16h59 (34,7 %). A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingida entre as 06h e as 09h59 (8 %).

A programação classificada como *entretenimento* viu a sua reduzida expressão distribuir-se por três períodos, estando ausente nos dois períodos da manhã 6h-11h59 e à noite (20h-22h59) e com maior expressão, ainda que residual, no primeiro período da tarde (2,9 %).

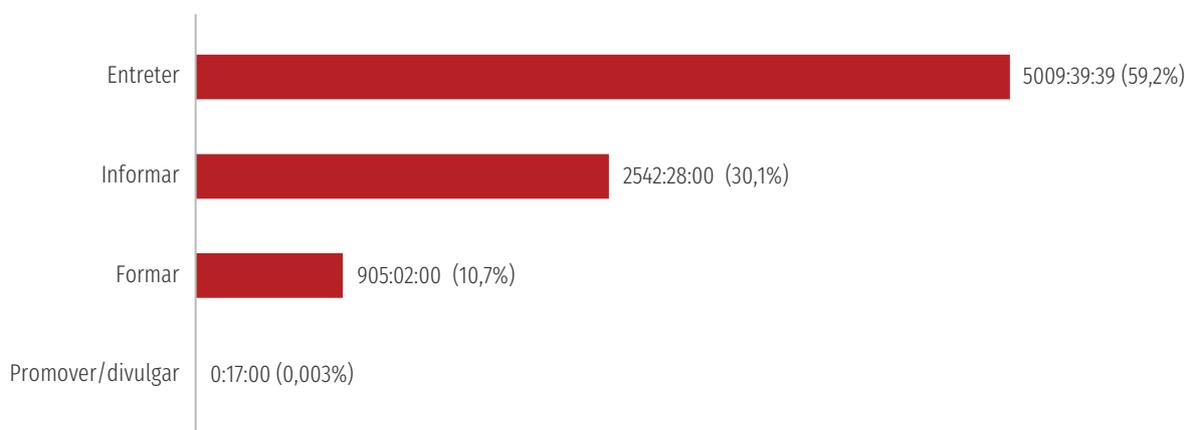
Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da Antena 2 ao longo do dia (Cf. ANEXOS III - Figuras) indica que os *programas de música de continuidade* repartem o domínio das grelhas em dois dos seis períodos horários com os *programas de música* - predominante no período *manhã 1* (06h-09h59) e no período *tarde 1* (12h-12h59). No período *tarde 2* (17h-19h59) o destaque é conferido à emissão de *espetáculos* musicais, sejam eles em direto ou em diferido. Estes conteúdos preenchem 47,1 % daqueles períodos. A *música de continuidade* é predominante no período *manhã 1* (06h-9h59) e *tarde 1* (12h00-16h59) representando 70,1 % e 30,2 % da duração desses períodos horários.

Dos *géneros* que integram a grande categoria *cultural/conhecimento*, os conteúdos de *artes e media* são aqueles que se destacam em todos os períodos horários da Antena 2, seguidos de *Programas de música*.

c) Funções na programação

A Antena 2 apresenta conteúdos que desempenham as quatro funções tipificadas da programação, embora mostre uma clara prevalência da *função entreter* e um valor residual para a função *Informar Promover/divulgar*.

FIG.9 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2022)



N= 8457h26m39s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2022, cerca de 5000 horas de programação da Antena 2 resultaram ou tiveram como propósito **entreter** os públicos, o que corresponde a 59,2 % da emissão total do serviço de programas. A *função informar* esteve presente em cerca de um terço da programação (30,1 %), com mais de 2500 horas emitidas.

A função *formar*, com cerca de 905 horas de programação, tem um peso relativo de 10,7 % da emissão total da Antena 2.

Promover/divulgar é a *função* menos significativa da programação da Antena 2, com um valor absolutamente residual.

A *função* que assume acentuada preponderância na programação da Antena 2 – *entreter* – tem nos *programas de música* o *género* de maior destaque, com 1843 horas de emissão, que correspondem a 47,5 % da duração desta *função*. Seguem-se os *géneros* de *música de continuidade* (34,3 %) e *espetáculo* (15,4 %). Além dos três *géneros* da categoria *música*, apenas programas sem *género* definido de *entretenimento* (2,8 %) contribuem para a *função entreter* na Antena 2.

Considerando a *função informar*, verifica-se que *artes e media* é o género com maior relevância horária, assumindo 50,4 % da duração da *função*. Estes programas abordam a *música* dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas. A Antena 2 vai assim ao encontro das exigências que lhe são acometidas pelo CCSPT.

O segundo género mais destacado na vertente informativa – *programas de música* (21,5 %) – compõe-se de programas que correspondem àqueles conteúdos que não estão fundados sobre uma orientação essencialmente pedagógica ou formativa (classificados como *educativos*). Neste conjunto cabem programas como “Música Contemporânea”⁴⁸, “Geografia dos Sons”⁴⁹ ou “A Propósito da Música”.

Nas grelhas da Antena 2, *formar* é uma *função* cumprida, em grande parte, pelos programas de *artes e media*, consistindo estes em 53,5 % do total do tempo de emissão da *função* referida. São deles exemplos os programas “Palavras Cruzadas” ou “Música Portuguesa a Gostar dela Própria”. A categoria *educativo* também sobressai: cobre mais de um terço (32,3 %) da *função* e nela encontram-se integrados os programas “Palavras de Bolso” ou “Páginas de Português”.

No que toca às funções desempenhadas, os programas de *artes e media* mostram-se ecléticos: constituem 53,5 % da *função formar* e 50,4 % da *função informar*.

Programa de música é um género que também se apresenta variado em termos da *função* que desempenha, uma vez que representa 21,5 % da *função informar* e 47,5 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter*.

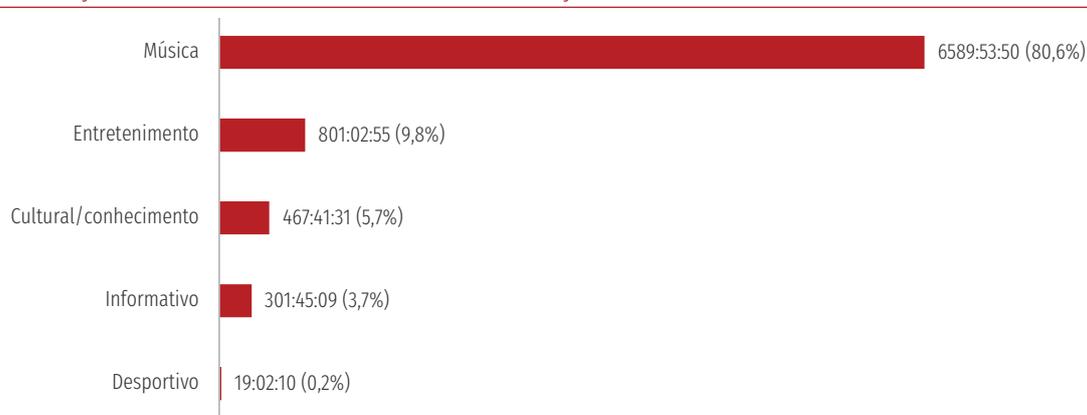
D. Programação da Antena 3

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A programação da Antena 3 abrange cinco das principais categorias de géneros de programas – *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento*, *informativo* e *desportivos* – não tendo emitido programas institucionais ou *religiosos*.

No conjunto da programação da Antena 3, em 2022, verifica-se a presença de 16 géneros, num total de 31, significando uma ligeira subida, em relação ao ano precedente, da diversidade do tipo de conteúdos. Registam-se como ausências, na categoria *informação*, o *comentário*, *edição especial*, *antena aberta*, *informação bolsista*, e *outros programas informativos*; no *desporto*, a *transmissão desportiva*, *resumo e comentário desportivos*; no *entretenimento*, *jogo interativo*, *infotainment* e *outros programas de entretenimento*; no *cultural/conhecimento*, as *comemorações e efemérides* e *outros*, bem como os dois géneros da categoria *institucional/religioso*.

FIG. 10 - DURAÇÃO DOS MACROGÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2022)



N= 8179h25m35s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

48 <https://www.rtp.pt/play/p593/musica-contemporanea>

49 <https://www.rtp.pt/play/p285/e583386/geografia-dos-sons>

Em 2022, a *música* manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando cerca de oito em cada dez horas de emissão (80,6 %) e perfazendo mais de 6589 horas.

A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com aproximadamente 801 horas de emissão (9,8 %).

Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* assumem o peso de aproximadamente 6 % do total da programação, com perto de 468 horas. Este género sofreu um acréscimo em relação ao ano anterior.

A categoria *informação* é o quarto *macrogénero* da Antena 3 (3,7 %), representando aproximadamente 302 horas anuais de emissão.

Os programas *desportivos* tiveram uma expressão residual (0,2 %), correspondente a menos de vinte horas de emissão no total do ano.

Tem se assistido nestes dois últimos anos a um maior peso dos conteúdos *culturais e conhecimento* ultrapassando assim os de natureza informativa. Contudo, tal não significa necessariamente uma diminuição da função informativa, já que alguns dos programas enquadráveis nesta grande categoria não deixam de cumprir essa função, seguindo porém um formato mais flexível dirigido a um público jovem.

FIG. 11 - DURAÇÃO DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2022)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	90:51:00	1,1%
Reportagem	6:24:00	0,1%
Debate/entrevista	101:06:29	1,2%
Magazine informativo	0:53:10	0,01%
Boletim meteorológico	51:34:00	0,6%
Informação de trânsito	50:56:30	0,6%
Informação desportiva	19:02:10	0,2%
Programa de música	2573:39:46	31,5%
Música de continuidade	3920:16:16	47,9%
Espetáculo	95:57:48	1,2%
Humor	104:37:46	1,3%
Talk show	696:24:09	8,5%
Concurso/jogo	0:01:00	0,0002%
Artes e <i>media</i>	400:34:51	4,9%
Ciências e humanidades	66:50:40	0,8%
Educativo	0:16:00	0,003%
Total	8179:25:35	100%

N= 8179h25m35s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Na primeira posição está a *música de continuidade*, que corresponde a cerca metade do tempo anual de emissão (47,9 %), com perto de 3920 horas. Seguem-se os *programas de música*, com 2573 horas (31,5 %). A distância considerável, em terceiro lugar, surgem os programas de *talk show* (8,5 %), dos quais foram emitidas 696 horas.

Os *programas de música* permitem diversificar os conteúdos relativos a diversos *géneros* musicais. Entre estes, destacaram-se novos programas, como “Electromagnético”⁵⁰, dedicado à dança/eletrónica; “Lado A / Lado B”⁵¹, revisitando

50 <https://www.rtp.pt/programa/radio/p7562>

51 <https://www.rtp.pt/play/p10657/e670788/lado-a-lado-b>

músicas de vários locais; “Mapa do Tesouro”⁵², designado como «espaço de descoberta das mais refinadas pérolas perdidas no espaço e no tempo»; “Pontos de Luz”⁵³, «um mapa de referências do passado e do presente, unindo música, filmes, livros e outras manifestações criativas.»; “Sinais de Fumo”⁵⁴, centrando-se na música popular dos últimos cinquenta anos, e “Supremo Tribunal do Azeite”, para as sugestões musicais dos ouvintes.

Identificam-se novos programas também no âmbito da *cultura/conhecimento*, designadamente “Cultura Erudita”⁵⁵, em que «António Costa Santos traz um pouco da *cultura* e da elevação da Antena 2 ao auditório mais abrutalhado da Antena 3»; “Defeitos Especiais”⁵⁶, com «Sons, histórias e protagonistas com vários efeitos e muitos feitos»; “Duas Pessoas a Conversar”⁵⁷, «discorrem sobre temas do conhecimento geral (ou não) e do interesse dos ouvintes e da nação (ou não)» e “Espectros”⁵⁸, dedicado a várias formas de arte.

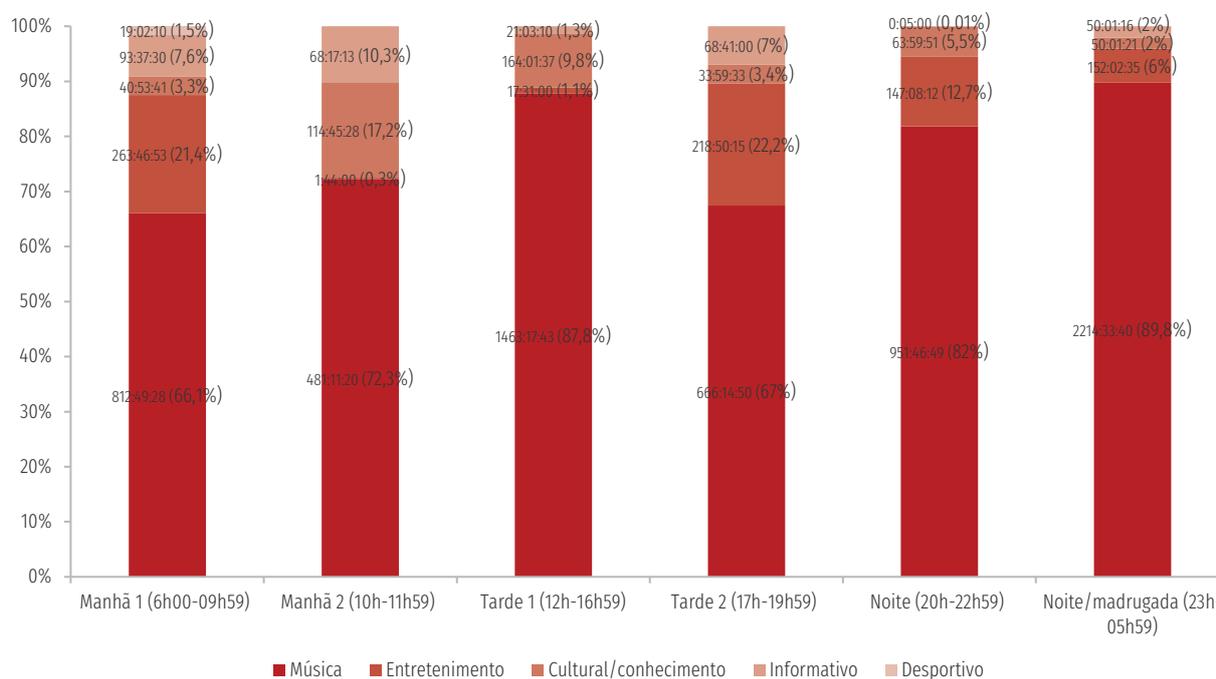
O terceiro género mais relevante referido - *talk show* - manteve as presenças dos programas “Prova Oral”, “Bons Rapazes” e “Pingue Pongue”. Outros géneros pertencentes, igualmente, ao *macrogénero entretenimento*, continuaram a marcar a sua presença como “Melancómico”, “Aleixo Amigo” e “Aleixo FM”. Nesta categoria, como novo programa, identifica-se o “Melhor que Nada”⁵⁹, combinando «*resumo desportivo* com dicas de vida».

Os géneros com menor expressão são *magazine informativo*, *educativo* e *concurso/jogo*.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A distribuição de géneros da Antena 3 por faixas horárias permite apurar os tipos de conteúdos emitidos em cada período do dia e em que momentos o serviço de programas oferece maior diversidade.

FIG. 12 - DURAÇÃO DOS MACROGÉNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2022)



N= 1230h09m42s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 665h58m01s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1665h53m30s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 987h45m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1162h59m52s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2466h38m52s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

52 <https://www.rtp.pt/play/p10658/e649107/mapa-do-tesouro>

53 <https://www.rtp.pt/play/p10656/e669840/pontos-de-luz>

54 <https://www.rtp.pt/play/p10752/e668376/sinais-de-fumo>

55 <https://www.rtp.pt/play/p10251/e669421/cultura-erudita>

56 <https://www.rtp.pt/play/p10655/e666380/defeitos-especiais>

57 <https://www.rtp.pt/play/p8761/e629267/duas-pessoas-a-conversar>

58 <https://www.rtp.pt/play/p10753/e671032/espectros>

59 <https://www.rtp.pt/play/p10659/e671604/melhor-que-nada>

Grosso modo, a *música* e o *entretenimento* destacam-se em tempo de emissão. A *música* mantém a posição de supremacia em todos os períodos horários. O *entretenimento* ocupa a segunda posição em quatro dos seis intervalos horários e a *cultura* em dois.

A programação da Antena 3 caracteriza-se pelo predomínio da *música* ao longo de todo o dia de emissão. O peso da *música* chega a ser de 90 % na *noite/madrugada* (23h-05h59) e de mais de 81 % quer no primeiro período da tarde, quer no da noite (20h-22h59m). Em contrapartida, a *música* apresenta menor concentração na primeira parte da manhã (06h00-09h59) e na segunda da tarde (17h-19h59) (respetivamente 66,1 % e 67 %).

O *entretenimento* regista, tendencialmente, a segunda maior presença com as exceções do segundo período da manhã (10h-11h59) e do primeiro da tarde (12h-16h59), em que cede lugar à *cultura/conhecimento* e *informação*.

Considerando as categorias de *género* por período horário (Cf. Anexo III - Figuras), a *música de continuidade* domina os quatro períodos diurnos, sobretudo entre as 10h e as 16h59 (manhã 2 e tarde 1), em que representa mais de três quartos do volume horário total (respetivamente, 70,3 % e 76,7 %). Nos períodos da *noite* e *madrugada* a *música de continuidade* cede lugar aos *programas de música*. No turno da noite (das 20h às 22h59) e no período *noite/madrugada* (entre as 23h e as 6h), os *programas de música* representam metade do tempo de emissão (respetivamente, 57,7 % e 58,3 %). Refira-se ainda que, em especial no primeiro bloco horário da noite, são emitidos *espetáculos* dando cobertura a festivais de *música*, tais como o “Bons Sons”, “NOS Primavera Sound”, “Vodafone Paredes de Coura”, “Iminente”, “Rock Nordeste”, “Fnac Live”, “Med”, “Sines” e o “Festival Tremor” (na Região Autónoma dos Açores.)

Observando a diversidade de géneros segundo a sua distribuição horária, os primeiros períodos da manhã e da tarde são os que apresentam o leque mais vasto – 11 dos 16 *géneros* presentes na programação da Antena 3. Tal, não deixando de ser referida a maior dedicação à categoria *música*, que concentra, respetivamente, 64,8 % e 76,7 % dos conteúdos emitidos. A grande distância da *música*, os conteúdos de *entretenimento* são os segundos com maior presença no primeiro bloco matinal, sobretudo os já referidos programas de *talk show* (16,4 %). No primeiro bloco da tarde (12h-16h59m) seguem-se os *programas de música* (10,9 %) e *artes e media* (9,4 %).

No segundo período da manhã (10h-11h59), apresentando oito *géneros*, os programas de *artes e media* são a segunda categoria mais representada (10,8 %) seguindo-se a emissão de *debates/entrevistas* (7,7 %). É neste turno que os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* têm, no seu conjunto, maior expressão (17,2 %).

Na segunda parte da tarde, entre as 17h e as 19h59, foram emitidos nove *géneros* de conteúdos. O peso da *música de continuidade* corresponde a 41,7 % do tempo de programação emitido, os *programas de música* a 25,8 % e os *talk shows* representam 20,3 %, conferindo peso ao *entretenimento*.

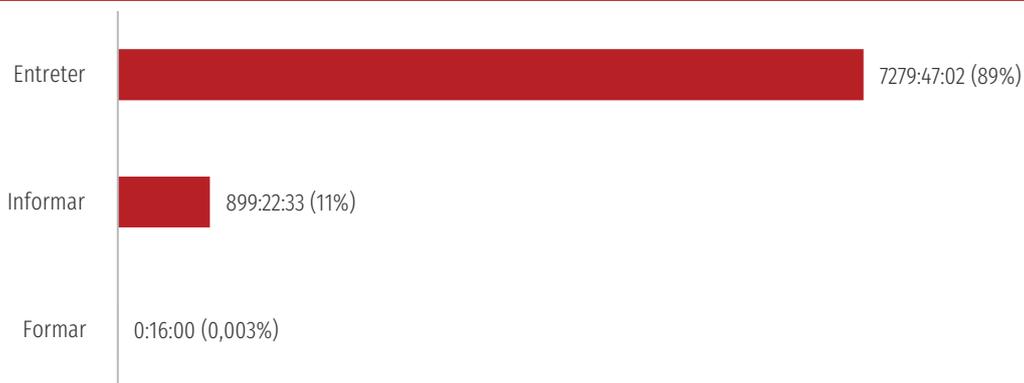
Considerando o horário da noite (20h-22h59), em que foram emitidos conteúdos de dez *géneros* distintos, a *música de continuidade* corresponde aqui a uma parcela menor da programação (16,7 %), seguindo-se aos *programas de música*. Entre todas as faixas horárias, como mencionado, é nesta que assume maior expressão a emissão de *espetáculos* (7,5 %), o que duplica o valor assumido no ano precedente (3,6 %). Em relação a 2021, este bloco horário registou um aumento na diversidade dos conteúdos emitidos.

Na *noite/madrugada* (23h-05h59), em que foram emitidos conteúdos de seis *géneros* distintos, regista-se a menor diversidade de programas. As duas categorias dominantes são *programas de música*, com maior destaque (58,3 %), e *música de continuidade* (31,3 %).

c) Funções na programação

A Antena 3 cumpriu três das funções previstas na presente análise para os conteúdos de radiodifusão.

FIG. 13 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2022)



N= 8179h25m35s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A função *entreter* domina a programação da Antena 3, aproximando-se de nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, sensivelmente 7279 horas de emissão.

Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 87,7 % do tempo total da função, somando mais de 6382 horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro *género* mais expressivo na duração total desta função (9,6 %).

Os conteúdos destinados a *informar* representam cerca de 11 % (899 horas) do total anual da programação. Esta função surge associada a dez *géneros* de programas pertencentes, na sua maioria, ao *macrogénero informação e cultural/conhecimento*.

Os programas culturais de *artes e media* são os que mais concorrem para realizar a função de *informar* (44,5 %). Segue-se o programa de *debate/entrevista* que é o que mais tempo conta na categoria *informativo* (11 %). Em terceiro lugar, seguindo pelos *noticiários* (10 %) surgem alguns *programas de música* (12,4 %). Está também presente o *género informação desportiva*, com uma presença diminuta (2,1 %).

Verifica-se que os *programas de música* constituem o *género* de conteúdos que partilha ambas as funções de *entreter* e *informar* (respetivamente 33,8 % e 12,4 %).

A escassa representação da função *formar* (ausente em 2021) reflete a presença de uma emissão com a duração de 16 minutos do programa em “Nome do Ouvinte”.

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

A análise das grelhas de emissão dos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 visa também a caracterização da programação do serviço público de rádio emitida em 2022, tendo em vista as disposições do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT).

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

O CCSPRT operacionaliza esta orientação através do princípio da complementaridade da programação dos diversos serviços de programas de rádio, no que respeita ao cumprimento das exigências de serviço público. Assim, a oferta radiofónica de serviço público deve «ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas» (n.º 3 da cláusula 4.ª).

A análise expendida visa, pois, compreender se esta complementaridade entre os três principais serviços de programas de rádio do serviço público existe e se a oferta de programação pode globalmente ser considerada diversa e plural. Assim sendo, é exigida uma leitura conjunta dos dados dos três serviços de programas, considerando ao mesmo tempo as especificidades que lhes estão atribuídas.

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

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

Tomando em consideração a missão de cada um dos serviços de programas analisados:

«Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma **forte componente informativa** e de **entretenimento**, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de **música portuguesa**, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações **culturais, desportivas** e outras, de grande interesse do público»⁶⁰.

A RTP cumpre a obrigação de emitir um serviço de programas da rádio de âmbito nacional de carácter generalista, com as características transcritas no quadro acima, disponibilizando para o efeito a **Antena 1**.

⁶⁰ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a).

No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a **Antena 2** é o serviço de programas ao qual está confiada a tarefa de oferecer tipos de conteúdos alternativos aos que predominam no espaço radiofónico em geral. Deste modo, está especialmente vocacionado para a emissão da designada *música* erudita e para a promoção do conhecimento nos domínios da *música* e de outras expressões artísticas.

«Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de **música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea**, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em **fomentar o conhecimento e o gosto pela música**, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade»⁶¹.

Por seu turno, a Antena 3 é o serviço que se destina aos públicos mais jovens.

«Um serviço de programas nacional vocacionado para o **público mais jovem**, que reflita as suas **diversas aspirações e interesses**, promova **novas ideias e projetos** e **estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade**»⁶².

Do anexo consta a grelha de programação e de pequenos formatos distribuídos pelo alinhamento horário semanal de programas das várias Antenas (Anexo III – Figuras).

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

DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A dissimilitude entre alguns conteúdos apresentados nas grelhas de programação dos três serviços de programas é um indício considerável do cumprimento da estratégia de complementaridade enunciada no supracitado contrato.

A Antena 1 é o único serviço de programas que emite programas das seis grandes categorias. Tal, face à ausência de conteúdos classificados em *institucional/religioso*, na Antena 3, e em *desporto* na Antena 2.

A Antena 2, que inclui programas pertencentes a cinco *géneros* (deixa assim de fora os *desportivos*), apresenta, por seu lado, e com exceção dos programas *culturais/conhecimento* (26,1 %), os restantes a grande distância da *música* (71,3 %).

A Antena 3 emite programas pertencentes a cinco *géneros*, com um destaque significativo da *música*. Segue-se, com expressão muito inferior, o *entretenimento*. Resta aos conteúdos de *cultura/conhecimento*, *informativos* e *desportivos* uma pequena parcela do tempo de emissão.

Constata-se, assim, que em todos os serviços de programas a ***música* é a categoria que predomina na programação**, sobretudo nos serviços de programas **Antena 2** e **Antena 3**, em que a mesma assume especial relevância, representando mais de metade da programação do ano (respetivamente 71,3 % e 80,6 %). Por seu turno, a **Antena 1** apresenta menor percentagem de *música* no total da sua programação (42,7 %), mas ainda assim esta categoria lidera os *géneros* que difunde.

Embora esta convergência possa apontar para a **ausência de diversidade de conteúdos entre as três Antenas**, o facto é que esta se aplica às macrocategorias, ao passo que os estilos musicais e a natureza da programação se diversificam.

61 Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

62 Cf. CCSPT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

Enquanto a Antena 1 recorre à *música* sobretudo como ligação entre outros conteúdos ou dedicando a atenção a *música* portuguesa sobretudo de raiz tradicional, os restantes serviços de programas possuem orientação clara relativamente aos conteúdos musicais que emitem. A Antena 2 tem por missão apresentar conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como eletrónica, jazz e *blues* e a obra dos artistas consagrados do século XX, e a Antena 3 conta com conteúdos musicais marcadamente atuais e dirigidos aos públicos jovens, entre estes o *grunge* e o *rap*.

Considerando os 31 *géneros* em que se desdobram as macrocategorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 26, mostrando-se cumpridora da exigência contratual de se apresentar como um «serviço de programas nacional de caráter generalista, (...) [com] uma forte componente informativa e de *entretenimento*». Nas três primeiras posições figuram dois *géneros* pertencentes à categoria *música*: *música de continuidade* e *programas de música*, respetivamente a primeira e a terceira posições. No segundo lugar encontram-se os *noticiários*.

Em 2022, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 11 *géneros*. É o serviço com a mais elevada transmissão de conteúdos no âmbito *cultural/conhecimento*. A sua vocação para os *géneros* clássico e erudito reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas. A especificidade dos conteúdos da Antena 2 está contemplada no CCSPRT, verificando-se que a sua programação se afasta daquela que se apresenta nas duas antenas mais generalistas do serviço público (Antena 1 e Antena 3).

Verificou-se que, à semelhança do ano anterior, os *géneros magazine informativo, boletim meteorológico, comemorações e efemérides* e ainda os *géneros* indiferenciados outro (*informativo*) e outro (*cultural/conhecimento*), não marcaram presença na grelha da Antena 2. Em 2022 foi introduzido, embora de forma muito residual, o género *debate/entrevista* (0,1 %) e *reportagem* (0,01 %). Objetivamente, não se deduz que a diversidade tenha sido afetada - embora se registre um decréscimo do género *artes e media* -, para considerar que a Antena 2, dá cumprimento à tarefa que lhe é confiada: «Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de *programas de música* erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela *música*, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade» .

Na Antena 3, que emitiu 16 dos 31 *géneros*, verifica-se que a *música de continuidade* se destaca, com 47,9 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (31,5 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (8,5 %). Este serviço de programas deve estar «vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade».63

Os programas sobre música abordam estilos muito diversos: *música* feita em Portugal, *géneros* musicais como eletrónica e dança, *grunge, rap, rock, heavy metal, alternativa, world music, hip hop, soul, r&B, reggae, dub, house, drum & bass, electro, breakbeat*, entre outros. Com o intuito de chegar ao público mais jovem, identificam-se programas que abordam temas atuais, como a ecologia e artes, cujas vozes que representam a rádio, a par dos convidados, são também eles jovens.

Na Antena 1, os *espetáculos* (1,2 %), com destaque para as várias coberturas em direto, incluindo de festivais, em pontos diversificados do país, nos domínios das artes e *música*, cumprem a obrigação de transmissão de concertos e outros eventos.

A cobertura destes eventos permite ainda à Antena 1 dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de *música* portuguesa, seus intérpretes e compositores».

63 Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea c).

A mesma obrigação de promover a produção e transmissão de concertos musicais, também a partir do estrangeiro, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», a transmissão de *espetáculos* da Antena 3 (1,2 % da programação) e a presença em festivais de *música* dão cumprimento a esta obrigação.

A promoção da Língua Portuguesa tem em programas, incluindo os *educativos* da Antena 1 como “Palavra do Dia” e “Na Ponta da Língua”, exemplos de conteúdos destinados a promover a língua, que o CCSPRT prevê. Esta obrigação também conta, na Antena 2, com o programa “Palavra de Bolso” ou “Páginas de Português”.

Os programas *culturais/conhecimento*, que somam 11,2 % da programação da Antena 1, respondem a exigências de serviço público como inclusão de programas que «apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público». Registaram-se novos programas neste domínio, enquadráveis em diferentes categorias do *macrogénero cultural/conhecimento*, tais como *artes e media*, *ciências e humanidades* e *educativo*. A título de exemplo, “Almanaque de Ouvido”⁶⁴, que percorre as várias tradições de Portugal; “Biblioteca Pública”; “Mortinho por Sair de Casa”, divulgando a agenda cultural; “Os Mistérios da Voz”, que contribui para divulgar a *cultura* portuguesa; “Sabor a Canelas”, para uma divulgação gastronómica; “#SóQNão”⁶⁵, «sobre identidades» contra a discriminação e afirmando a diversidade; “Viagens com Livros” e “Rádio Aurora - A outra voz”. De referir, igualmente, no domínio *informativo*, o programa “Tratar o Cancro por Tu”, na área da saúde. A Antena 1 disponibiliza, também, programas como o “Serviço Público – Bloco de Notas”, de apoio escolar.

O conteúdo *artes e media* representa 21,8 % da programação da Antena 2, com programas como “Roteiro das Artes”, “A Ronda da Noite”, “Pausa para Dançar”, “Palavras Cruzadas”, “Música Portuguesa a Gostar dela Própria”, entre outros.

O CCSPRT incumbe a concessionária do dever de «promover a divulgação de **iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador**, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais», missão que é abraçada pela Antena 1, que dedica grande destaque semanal aos conteúdos *desportivos*, com particular destaque para o futebol, quer das competições nacionais, quer internacionais que envolvam equipas portuguesas. Além do futebol, a Antena 1 dá habitualmente atenção à “Volta a Portugal em Bicicleta” e ao “Rally de Portugal”.

De referir ainda que o **programa do provedor do ouvinte** “Em Nome do Ouvinte” é transmitido com maior frequência na Antena 1, registando-se, igualmente, uma emissão na Antena 3. O CCSPRT prevê a transmissão deste tipo de conteúdos, mas não obriga à sua repetição em todas as Antenas.

FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A análise das *funções* da programação da Antena 1 permite, desde logo, avaliar o cumprimento do estipulado no CCSPRT (cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a)), no que respeita à necessidade de o serviço de programas disponibilizar conteúdos com «uma forte componente informativa e de *entretenimento*». Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar* (47,4 %) e *entretener* (46,1 %).

A Antena 2 apresenta *entretener* como *função* mais relevante da sua programação, cumprida por cerca de 5009 horas de conteúdos difundidos em 2022 (59,2 %). Segue-se *informar* (30,1 %) e *formar* com 10,7 %. A função *promover/divulgar* apresenta um valor residual de 0,003 %.

Saliente-se que uma parte significativa da duração da *função informar* consiste em programas de *artes e media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património (50,4 %). Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPRT, no que respeita à necessidade de este serviço da rádio pública asso-

64 <https://antena1.rtp.pt/programa/almanaque-de-ouvido/>

65 <https://www.rtp.pt/play/p7844/e601610/soqnao>

ciar à *música* a vertente de divulgação e de dar a conhecê-la enquanto arte, o que não se esgota na transmissão de obras.

Fruto da missão que o CCSPT confia à Antena 2 é também a diversidade de conteúdos integrados no género *programa de música*, patente nas diversas funções que estes podem assumir. Considerando a *função informar*, verifica-se que *artes e media* é o género com maior relevância horária, assumindo 50,4 % da duração da *função*. Seguem-se os *programas de música*, que representam 21,5 %. Estes programas abordam a *música* dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

A *função entreter* é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da Antena 3, traduzida em mais de sete mil e quatrocentas horas de emissão no ano (89 %). Esta função concretiza-se sobretudo na emissão de *música de continuidade* e de *programas de música*.

Informar, a segunda função, está associada a aproximadamente 899 horas de emissão anual, com destaque para os programas de *artes e media*, que representam (44,5 %) perto de um terço daquele tempo, secundados por *debate/entrevista* (11 %) e seguidos de *programas de música* (12,4 %) e *noticiários* (10 %).

A função *formar* reflete a presença de uma emissão com a duração de 16 minutos do programa em “Nome do Ouvinte”.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

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

A Rádio e Televisão de Portugal, concessionária do serviço público de Rádio e Televisão, disponibiliza um portal (<http://www.rtp.pt/radio/>) a partir do qual é possível ao utilizador aceder às emissões em direto dos três serviços de programas de rádio em análise⁶⁶ e ainda a mais doze: RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 3, Rádio Zig Zag, e as *web rádios*, Antena 1 Fado, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Memória, Antena 1 Vida, Antena 2 Jazz In, Antena 2 Ópera.

Relativamente às Antenas em análise, os cidadãos podem aceder aos conteúdos através da Internet e das aplicações disponibilizadas numa base de multiplataformas. Assim, está disponível a possibilidade de aceder às emissões destes serviços, quer em direto, quer pesquisando por programas, seja *on demand* ou *podcast*. Cada uma das Antenas promove o acesso às diferentes *web rádios* mencionadas.

No seu conjunto, estes conteúdos respondem já às obrigações contidas na cláusula 17.^a do CCSPT, designadamente nos n.ºs 1 e 2.

De acordo com a alínea g) da cláusula 4.^a do CCSPT, a Antena 1 encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão em direto e programação *on demand* atualizada à última edição de cada programa. Destaca na sua página conteúdos de informação sobre várias áreas, em constante atualização; disponibiliza a subscrição de uma newsletter com os principais destaques noticiosos do dia, bem como a possibilidade de descarregar a aplicação móvel RTP Notícias e o acesso a vários *podcasts*. Incluem-se ainda ligações a rádios digitais como o “Brasil 200” (<https://antena1.rtp.pt/antena1/brasil-200-a-nova-radio-digital-com-assinatura-antena-1/>) e a Rádio ZigZag (<https://www.rtp.pt/play/zigzag/direto/radio>).

Apresenta os ícones de ligação à página da rádio no Facebook (<https://www.facebook.com/antena1>), Twitter (<https://twitter.com/antena1rtp>) e Youtube (<https://www.youtube.com/c/Antena1rtp>).

⁶⁶ Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>

Programas como o referido “Serviço Público – Bloco de Notas” estão associados a um número de WhatsApp possibilitando aos ouvintes colocar as suas questões. Possui também uma ligação a #Estudo em Casa para apoio escolar.

O sítio da Antena 2 (<http://www.rtp.pt/antena2/>) apresenta uma estrutura semelhante ao da Antena 1, embora os conteúdos colocados em destaque pertençam a categorias diversas, com um destaque dos conteúdos culturais. A informação e o *desporto* são substituídos por eventos como os concertos Antena 2, festivais de *música* clássica, erudita ou do mundo, o concurso dedicado aos jovens, “Prémio Jovens Músicos”, que integra também as grelhas da rádio. Inclui na sua página vídeos da mesma natureza e ainda uma área especificamente dedicada à ópera.

Disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas diária, semanal e mensal, o concurso para jovens músicos e destaques institucionais, também da televisão pública, a par dos *podcasts* de vários programas do operador. Através do RTP Play, acede-se a programação *on demand* (conteúdos gravados) e através do canal “Ópera”, a uma *web rádio*, que difunde estas obras. Em “Fora de Portas”, a Antena 2 publica a agenda cultural, com predomínio de concertos e festivais de *música* (nacionais e internacionais) que transmite, ligados a programas que os divulgam e, em alguns casos, os desenvolvem. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções.

A Antena 2, tal como a Antena 1, mostra um *feed* com os conteúdos da página da rádio no Facebook (<https://www.facebook.com/antena2>) e ligação ao Twitter (<https://twitter.com/antena2rtp>). Disponibiliza, da mesma forma, os ícones destas duas redes sociais que ligam diretamente aos perfis da rádio.

A Antena 3 apresenta a sua página (<https://media.rtp.pt/antena3/>) com uma estrutura diversa das duas outras antenas, o que se coaduna com o facto de, por imposição do CCSPRT, se dirigir a um público-alvo mais jovem. Na página de entrada, disponibiliza emissão em direto, programação *on demand* e *podcasts*.

A página tem uma secção “Ouvir”, que remete para entrevistas, programas, rubricas, entrevistas, *mixtapes*, *podcasts* e *playlists*; uma secção “Ver” direciona o utilizador para conteúdos audiovisuais sobre *música* e músicos: documentários (“Antena3Docs”), reportagens, *videoclips*, programas (“No Ar”) e registos de atuações nos estúdios da rádio (“Ao Vivo”); Em “Ler” acede-se a conteúdos escritos – entrevistas, artigos, notícias, alguns temáticos como *soul* e *punk*.

Também a partir da *homepage* da Antena 3 é possível aceder aos programas disponíveis no RTP Play (<https://www.rtp.pt/play/programas/tema/antena3>), assim como à presença da rádio nas redes sociais: Facebook (www.facebook.com/antena3rtp), Twitter (<https://twitter.com/antena3rtp>) e Instagram (<https://www.instagram.com/antena3rtp/>). Também está disponível a ligação ao canal da rádio no Youtube (<https://www.youtube.com/user/antena3rtp>) e perfil no Spotify.

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

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

4. METODOLOGIA

A análise incide sobre o *universo* de programas emitidos em 2022 pelos três serviços de programas do serviço público de rádio: Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

O modelo adotado responde aos objetivos centrais de identificar os *géneros radiofónicos* que constituíram as grelhas de programação e conhecer as *funções* prosseguidas pelos conteúdos disponibilizados aos ouvintes dos três serviços de programas da rádio pública.

Entende-se por *género* a identificação de estruturas e de modelos de apresentação de programas de rádio relativamente padronizados e associados aos conteúdos temáticos que difundem, com base nos quais é estruturada uma grelha de programação.

A identificação dos *géneros radiofónicos* é efetuada a dois níveis:

- a) *Nível I – Macrogéneros*: a classificação de programas de acordo com grandes categorias de programação que agregam diferentes *géneros* associados à difusão de um determinado conteúdo temático de base. No presente estudo são considerados seis *macrogéneros*: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*.
- b) *Nível II – Géneros*: resulta do refinamento das categorias de nível macro, identificando modelos de apresentação e conceção particulares de programas, os quais se encontram associados à difusão de um determinado conteúdo específico, integrando uma das grandes *categorias de programação* consideradas. A título de exemplo, a macrocategoria *desportivo* é subdividida em quatro *géneros* particulares: *informação desportiva, transmissão desportiva, resumo desportivo e comentário desportivo*.

No que respeita ao conceito de *função na programação*, define-se como a finalidade prevalecente num determinado programa de acordo com os critérios definidos no âmbito da presente análise e que resultam nas categorias: *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

A prossecução destas funções, regra geral, encontra-se diretamente associada à ocorrência de determinados *géneros* na grelha de programação – a título ilustrativo, o *noticiário* associa-se à *função informar*, assim como um programa classificado como *educativo* apresenta *formar* como a função predominante.

Independentemente de cada programa ser apreciado individualmente à luz desta variável, apresenta-se em anexo uma grelha de referência sobre a correspondência entre seis categorias de *macrogéneros* e 31 categorias de *géneros* e funções de programação (Cf. Anexo I – Aspetos Metodológicos, Figura 14).

Por *unidade de análise* entende-se todos os espaços que se apresentam como elementos autónomos, com uma identificação própria e delimitados temporalmente na grelha de programação.

O recenseamento das *unidades de análise* foi realizado com base no registo efetuado pela concessionária do serviço público de rádio e televisão de todos os programas/rubricas emitidos pelos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3, durante 2022.

O registo da totalidade da programação das três antenas foi remetido pelo operador numa base de dados, cujas entradas foram validadas e codificadas de acordo com o modelo de análise definido pela ERC. Deste processo de validação e codificação resultou uma base de dados nos moldes que constam no Anexo I – Aspetos Metodológicos.

Os resultados expostos repousam sobre o recurso a duas unidades de medida: *frequência* – número de ocorrências de programas/unidades de programação emitidas – e *duração* (hh:mm:ss), tendo sido privilegiada esta última. A opção deriva do facto de a programação de rádio apresentar características próprias do meio, que levam a que nas suas grelhas diárias de emissão figurem grandes blocos que englobam conteúdos diversos: desde programas em pequeno formato, rubricas, passatempos, passando por *música*, *noticiários*, entre outros. Essas grandes unidades de programação contínua a cargo de um mesmo locutor/apresentador aproximam-se da noção de “programa-contentor”. Assim, a opção pela duração pretende aproximar os resultados desta análise à realidade, através da perceção da percentagem relativa de tempo de exposição dos ouvintes a tipos de programas e duração das funções por estes prosseguidas.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no anexo que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – Aspectos Metodológicos).

5. ANEXOS

ANEXO I – ASPETOS METODOLÓGICOS

a) Géneros radiofónicos

A noção de *género radiofónico* remete para a classificação dos diferentes tipos de conteúdos que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas de rádio, nos quais é possível reconhecer formatos relativamente padronizados e que estruturam as grelhas de emissão.

A operacionalização da noção de *género radiofónico* enquanto conceito analítico apresenta-se, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*. A classificação de *géneros radiofónicos* pode colocar-se a vários níveis, tomando em consideração as diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

A presente análise não está orientada para a superação definitiva desta questão. O objetivo central consiste sim em aplicar uma tipologia de *géneros radiofónicos* que permita observar as práticas de programação dos serviços de programas considerados.

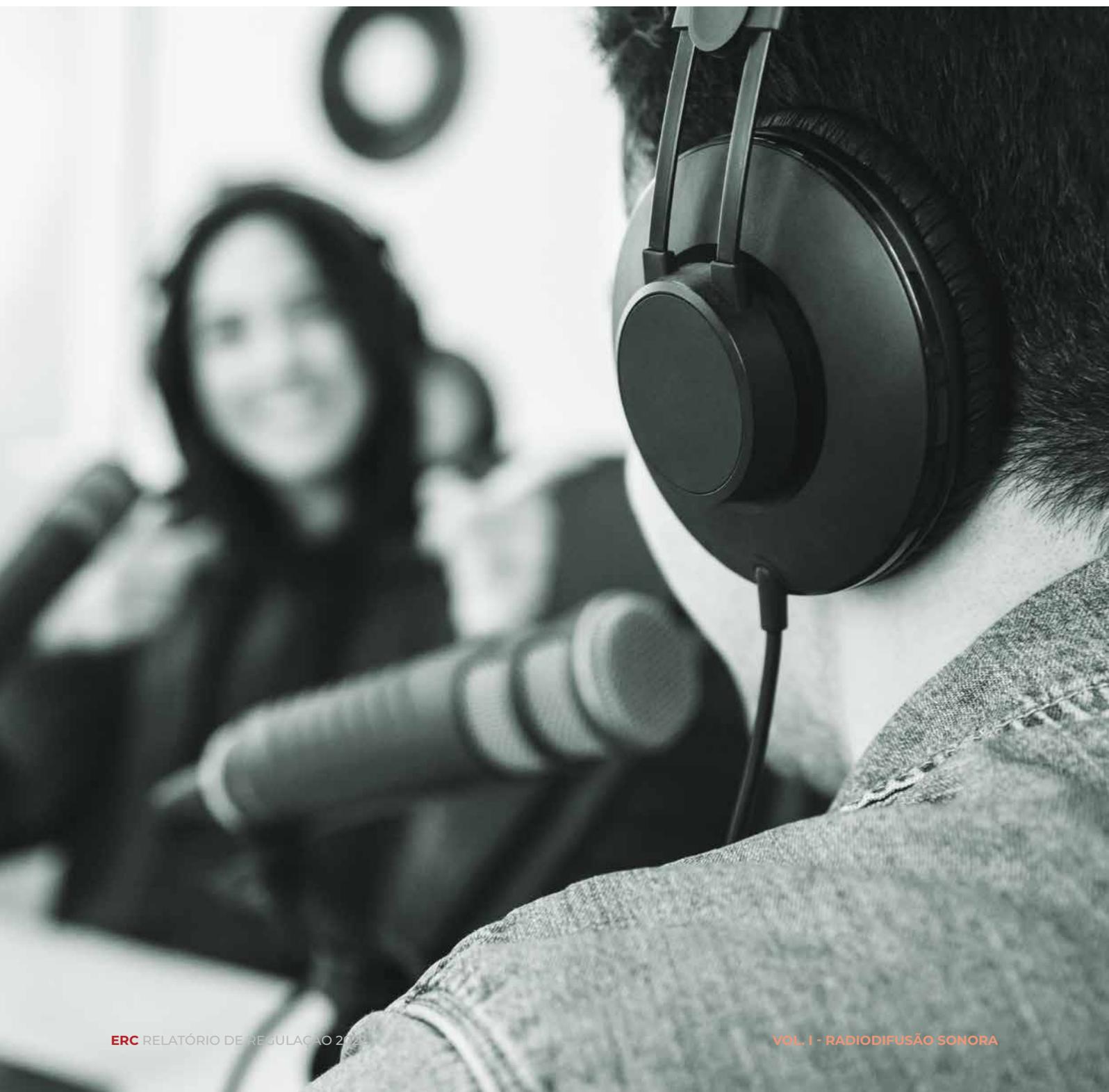
A grelha de classificação adotada compreende uma análise dos programas de rádio a dois níveis. Numa primeira abordagem, são consideradas seis grandes *categorias de programação*, designadas por *macrogéneros*, estabelecidas segundo as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de conteúdos que veiculam: *informativo*, *desportivo*, *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*.

Para uma análise mais fina, cada uma destas grandes categorias de *géneros radiofónicos* conhece um desdobramento num segundo nível - *géneros radiofónicos* -, em que se procura especificar com maior acuidade os tipos de programas em função dos formatos que assumem ou do seu conteúdo. Esta grelha compreende 31 *géneros radiofónicos*.

b) Grelha de classificação geral de géneros radiofónicos – macrogéneros e géneros

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade, compreendendo *noticiários*, programas de *debate* e *entrevista*, de *antena aberta*, *comentário*, *edição especial* e *magazines informativos*, mas também informação específica como é o caso da meteorologia, trânsito ou bolsa.

Desportivo: programas vocacionados para conteúdos relacionados com o *desporto*, seja a informação sobre a atualidade, seja a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; inclui *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas*, *resumos desportivos* (todas as modalidades) e programas de *comentário desportivo*.



Música: classifica conteúdos de índole musical, estejam eles organizados em *programas de música*, subordinados a *gêneros* específicos ou programas de autor, mas também inclui os conteúdos musicais transmitidos em *playlist* e a transmissão de *espetáculos* musicais. Assim, esta categoria encontra-se subdividida nos *gêneros*: *programa de música*, *música de continuidade* e *espetáculos*.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante o *entretenimento* dos ouvintes, compreendendo *concursos/jogos*, *jogos interativos*, programas de *humor*, *talk shows* e *infotainment* (programas que seguem formatos dos *gêneros informativos*, mas tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas mormente dedicados à apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, *música*, etc.), bem como para divulgar e informar sobre áreas do conhecimento e da investigação científica em diferentes campos do saber. Incluem-se também nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos. A programação especificamente dedicada a assinalar datas comemorativas e efemérides, fora da vertente *institucional*, também se inclui nesta categoria – *gênero comemorações e efemérides*. Integram ainda esta categoria os programas dedicados a *artes e media*, *ciências e humanidades* e *educativos*.

Institucional/religioso: programas sobretudo desenvolvidos por entidades externas ao operador de rádio pública, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil.

c) Funções na programação

Entende-se por função a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da receção, com a seleção de um dado conteúdo radiofónico, tendo como ponto de partida a tríade clássica: *informar*, *formar* e *entreter*.

Além destas três *funções* centrais, considera-se ainda uma quarta aplicável a programas cuja finalidade central consiste na *promoção* e *divulgação*. Trata-se de programas que podem ser produzidos por entidades exteriores ao serviço de programas e que têm como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização da categoria *funções* encontra-se diretamente ligada ao conceito de *gênero radiofónico*. Parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *gêneros radiofónicos* presentes nas grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões de análise. Refira-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é direta, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

d) Correspondência entre gêneros radiofónicos e funções

A Figura 14 estabelece uma correspondência entre *gêneros radiofónicos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação casuística, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise segundo a categoria *funções*.

FIG.14 - CLASSIFICAÇÃO DE GÊNEROS RADIOFÔNICOS E FUNÇÕES

Gênero 1º Nível	Gênero	Funções
Macrogênero	Gênero	
1. Informativo	1.1. Noticiário	
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate/Entrevista	
	1.4. Comentário	
	1.5. Edição especial	
	1.6. <i>Magazine</i> informativo	Informar
	1.7. Antena aberta	
	1.8. Boletim meteorológico	
	1.9. Informação trânsito	
	1.10. Informação bolsista	
	1.11. Outro (informativo)	
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva	Informar
	2.2. Transmissão desportiva	Entreter
	2.3. Resumo desportivo	Informar
	2.4. Comentário desportivo	Informar
3. Música	3.1. Programa de música	Entreter/Informar
	3.2. Música de continuidade	Entreter
	3.3. Espetáculos	Entreter
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo	
	4.2. Jogo interativo	
	4.3. Humor	Entreter
	4.4. <i>Infotainment</i>	
	4.5. <i>Talk show</i>	
	4.6. Outro (entretenimento)	
5. Culturais/conhecimento	5.1. Artes e <i>media</i>	Informar/Formar
	5.2. Ciências e humanidades	Informar/Formar
	5.3. Comemorações e efemérides	Informar/Formar
	5.4. Educativo	Formar
	5.5. Outro (cultural/conhecimento)	Informar/Formar
6. Institucional/religioso	6.1 Institucional	Informar/Formar/ Promover/divulgar
	6.2. Religioso	Promover/divulgar

e) Indicadores e modelo de análise

Unidade de análise – A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, com um título identificativo e delimitado temporalmente na grelha de programação.

São excluídos os espaços dedicados a publicidade e autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

Indicadores base de dados – A análise partiu da codificação de todos os programas que constam das grelhas de programação dos três serviços de programas de rádio conforme o registo disponibilizado pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal, constituindo-se a partir daí uma base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

Serviço de programas – indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido o programa.

Data – indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa).

Nome do programa – indica o nome do programa tal como é apresentado na grelha.

Duração – indica a duração total do programa (hh:mm:ss).

Género nível I – indica o *macrogénero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de *géneros* considerada.

Género nível II – indica o *género radiofónico* do programa de acordo com a classificação de *géneros* considerada.

Função – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o ouvinte, atendendo às quatro funções consideradas.

Período horário – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando seis períodos:

- Manhã 1 (06h00-09h59m);
- Manhã 2 (10h00-11h59m);
- Tarde 1 (12h00-16h59m);
- Tarde 2 (17h00-19h59m);
- Noite (20h00-22h59m);
- Noite/madrugada (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa com início às 19h15m e fim às 21h30m é classificado como pertencendo ao período da *noite*).

Período semanal – indica o dia da semana em que o programa foi exibido, repartido entre *dia de semana* e de *fm de semana*.

f) Processo de codificação

A análise compreende o universo de programas emitidos pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2, Antena 3, de acordo com o registo (base de dados em formato Excel de todas as entradas de emissão no respetivo ano) enviado pelo operador.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos, de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise ou da segmentação de alguns programas em partes e outros elementos de programação que não se encontram contemplados na presente análise (por exemplo, autopromoções, separadores, *jingles*, etc.).

É realizada a verificação direta do registo áudio dos programas, coadjuvada pela descrição disponibilizada *online* e pela classificação dada pelo operador, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada pelos serviços técnicos da ERC, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

Anexo II – Obrigações de programação

A análise de programação de rádio desenvolvida no presente capítulo adota como ponto de referência preceitos que constam do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão - CCSPT.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas no clausulado referido, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* na programação dos três serviços de programas generalistas do setor público.

São ainda consideradas as obrigações da concessionária relativamente ao estipulado na vertente de tecnologia e inovação, com incidência nos conteúdos multimédia disponibilizados. São estas obrigações que surgem listadas de seguida.

FIG.15 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 4.ª – Princípios de atuação

- | | |
|-------|--|
| 1. | A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação. |
| 2. | Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura: |
| (...) | |
| c) | Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos; |
| d) | Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos; |
| e) | Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português; |
| f) | A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural; |
| g) | A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual; |
| (...) | |
| 3. | Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas. |
| (...) | |

Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária

- | | |
|-------|---|
| 1. | Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade. |
| 2. | À Concessionária incumbe, designadamente: |
| a) | Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias; |
| b) | Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada; |
| c) | (...) |
| d) | Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infantojuvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem; |
| e) | Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos; |
| f) | Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias; |
| g) | Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento; |
| h) | Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo; |
| (...) | |
| n) | Ceder tempo de emissão às confissões religiosas; |
| (...) | |
| q) | Ceder tempo de emissão aos Provedores do Serviço Público, em horário que estes considerem adequado, com a duração que julguem necessária consoante a matéria tratada, tendo em conta o limite máximo de uma hora de emissão por mês para cada Provedor ao qual este tempo de emissão se encontra sujeito, num dos serviços de programas de acesso não condicionado livre ou num dos serviços de programas radiofónicos. |

FIG.16 - QUADRO DE REFERÊNCIA – ÂMBITO E AÇÕES A DESENVOLVER EM MATÉRIA DE PROGRAMAÇÃO PELOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO

Serviço Público de Rádio	
Cláusula 15.ª – Âmbito	
2.	Integram o serviço público de rádio:
a)	Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público;
b)	Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade;
c)	Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade.
(...)	
Cláusula 16.ª – Ações a Desenvolver em Matéria de Programação	
Para concretização do disposto na cláusula anterior, a Concessionária deve desenvolver, sem prejuízo de outras que se venham a afigurar necessárias, em conformidade com o disposto no projeto estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este, as seguintes ações:	
a)	Promover a inserção, nas suas emissões, de programas que apoiem e divulguem as atividades destinadas a defender e consolidar as tradições e os costumes que consubstanciam a nossa identidade, bem como a promoção da língua e dos valores culturais portugueses;
(...)	
e)	Promover a produção e transmissão de concertos musicais, bem como a transmissão de concertos realizados no estrangeiro, nomeadamente nas emissões destinadas ao público jovem;
g)	Promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais; e
h)	Promover a inclusão nas suas emissões de programas que apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público.
Cláusula 17.ª – Multimédia	
1. A concessão do serviço público de rádio e televisão abrange a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo internet.	
2. O serviço público de rádio e televisão prestado através da internet pode abranger (...) a transmissão simultânea ou diferida, de programas de rádio e de televisão, a disponibilização de serviços e conteúdos audiovisuais especialmente concebidos e organizados para o meio e, em qualquer caso, a sua disponibilização a pedido individual do utilizador.	
(...)	
6. A concessionária disponibilizará na internet, de acordo com os critérios editoriais internos, os documentos sonoros e audiovisuais de relevante valor histórico, sociológico, científico, educativo ou artístico que promovam a salvaguarda da memória coletiva e o reforço da identidade nacional.	



ANEXO III – Figuras

FIG.17 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2022)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início	
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Terra Média Gonçalo Madaíl	Cidade Invisível JP Galveias - Sérgio Noronha - António Guterres	A Fé dos Homens	Gira Discos Nuno Galopim	Verdes Anos Miguel Soares	Costa a Costa Pedro Costa	00:00	
01:00		Expresso Europa Gonçalo Castro	Antologia Jorge Palma Rui Miguel Abreu	Fala com Ela - Rep Inês Menezes	Asas Elétricas Herberto Quaresma	Bar Condicionado Herberto Quaresma		01:00	
02:00	Visão Global - Rep Mário Rui Cardoso	Linha do Horizonte	Linha do Horizonte	Radio Aurora	Linha do Horizonte		Bairro Latino - Rep João Govern	Encontros Imediatos - Rep João Govern - Margarida Pinto Correia	02:00
03:00	Linha do Horizonte			Linha do Horizonte		Linha do Horizonte			Linha do Horizonte
04:00		04:00							
05:00	José Candeias					Expresso Europa (Rep) Gonçalo Castro	Duas ou Três Coisas - Rep Nuno Galopim - João Lopes	05:00	
06:00						A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	06:00	
07:00	Manhã A1 Mónica Mendes					Compacto José Candeias	A Árvore da Música Ana Sofia Carvalheda	07:00	
08:00						Gramofone João Carlos Callixto	Eucaristia Dominical	08:00	
09:00	Manhã A1 – 2.ª parte Augusto Fernandes					David Ferreira a Contar Consigo David Ferreira	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00	
10:00						Geometria Variável Maria Flor Pedroso	Encontros Imediatos João Govern - Margarida Pinto Correia	Amor é Júlio Machado Vaz Inês Menezes	10:00
11:00	Antena Aberta António Jorge	Manhã A1 – 2.ª parte Augusto Fernandes					Infinito Particular Susana Bento Ramos	11:00	
12:00	Manhã A1 – 2.ª parte Augusto Fernandes						Radicais Livres Maria Flor Pedroso	Visão Global Mário Rui Cardoso	12:00
13:00	Portugal em Directo					Fala com Ela Inês Menezes	Entrevista A1 - Conversa Capital Rosário Lira	13:00	
14:00						Tarde A1 – 1.ª parte Noémia Gonçalves			
15:00	Tarde A1 – 2.ª parte Filomena Crespo								
16:00						Tarde A1 – 2.ª parte Filomena Crespo			
17:00	Tarde A1 – 2.ª parte Filomena Crespo								
18:00						Tarde A1 – 2.ª parte Filomena Crespo			
19:00	Grandes Adeptos Tiago Alves	Efeito Borboleta Raquel Varela Joel Neto	Antídoto Dora Santos Silva, Lucy Pepper e Catarina Carvalho	Túnel de Acesso Paulo Sérgio	Contraditório João Barreiros				
20:00	À Volta dos Livros - Rep Ana Daniela Soares	Pranchas e Balões Rui Alves de Sousa	Old Friends Manuel Sobrinho Simões	Cinemax Tiago Alves	Brasil 200	Noite A1 ou Desporto	20:00		
21:00	Europa Minha João Adelino Faria	Tanto Mundo (Podcast) José Luís Peixoto	Noite A1 Jorge Afonso					Noite A1 ou Desporto	21:00
22:00	Noite A1 Jorge Afonso							De Olhos Bem Fechados Rui Alves de Sousa	22:00
23:00						Antologia Jorge Palma Rui Miguel Abreu	E Deus Criou o Mundo Henrique Mota	A Escala do Clima Filipe Duarte Santos Francisco Sena Santos	Biblioteca Pública Fernanda Almeida

Fonte: RDP, novembro 2022

FIG.18 - GRELHA DE PEQUENOS FORMATOS NA PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2022)

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:09		À Volta dos Livros - Rep Podcast		Rádio Aurora			
02:42		Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)		
02:54		5' de Jazz (REP)					
03:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários		
03:22	Serviço Público - Bloco de Notas (REP)						
03:42	David Ferreira a Contar (REP)						
03:55	Portugalex (REP)						
04:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
04:22	O Amor é (REP)						
04:42	Portugueses no Mundo (Rep)						
05:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
06:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
06:58	Muda Num Minuto						
07:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:12	A Mosca						
07:22	Portugueses no Mundo						
07:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
07:32	Info Desporto						
07:42	David Ferreira a Contar						
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex		
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:12	A Mosca						
08:20	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
08:32	Info Desporto						
08:42	Um dia no Mundo						
08:50	Contas do Dia						
09:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
09:12	A Mosca						
09:22	O amor é...						
09:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
09:32	Info Desporto						
09:42	Direto	Direto	Direto	Direto	Direto		
10:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
10:12	Entrevista/ Reportagem	Entrevista/ Reportagem	Entrevista/ Reportagem	Entrevista/ Reportagem	Geometria Variável		
10:50				Cinemax			
10:58	90" de Ciência						
11:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:22	Portugalex (REP)						

FIG.18 - GRELHA DE PEQUENOS FORMATOS NA PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2022)

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
12:30	Info Desporto						
12:57	Palavra do Dia						
13:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:22	Serviço Público - Bloco de Notas						
14:42	Directo	Directo	Directo	Directo	Directo		
14:57	Vou ali e Já Venho						
15:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
15:22	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido			
15:40	À Volta dos Livros (3')			Minuto Cidadão	Túnel de Acesso		
15:58	90" de Ciência						
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
16:12				Em Nome do Ouvinte			
16:22	Direto	Direto	Direto		Direto		
16:30	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos		
16:32	Info Desporto						
16:42	Direto	Direto	Direto	Direto	Direto		
16:50	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
16:52	Música Triste						
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:20	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
17:30	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos		
17:32	Info Desporto						
17:42	Mortinhos por Sair de Casa						
17:57	Na Ponta da Língua						
18:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
18:20	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
18:30	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos		
18:31	Info Desporto						
18:48	David Ferreira a Contar (REP)						
18:57	Horas Extraordinárias						
19:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
21:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
21:22	Directo	Directo	Directo	Directo	Directo		
21:51	Panfletos	Panfletos	Panfletos	Panfletos	Panfletos		
22:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
22:22	Directo	Directo	Directo	Directo	Directo		
22:52	5' de Jazz						
23:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários

Fonte: RDP, novembro 2022

FIG.19 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2022)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)
Noticiário	252:50:58	19,2%	236:38:04	35,7%	220:06:14	13,2%	188:29:34	19,9%	95:20:24	9,0%	274:12:59	11,8%
Reportagem	20:07:00	1,5%	8:07:00	1,2%	24:51:30	1,5%	14:30:56	1,5%	21:18:43	2,0%	1:10:00	0,05%
Debate/ Entrevista	1:11:00	0,1%	86:41:34	13,1%	45:51:24	2,7%	91:39:41	9,7%	2:30:00	0,2%	33:15:02	1,4%
Comentário	30:43:34	2,3%	25:40:00	3,9%	39:44:41	2,4%	-	-	-	-	-	-
Edição especial	7:06:29	0,5%	9:22:07	1,4%	21:40:23	1,3%	10:40:05	1,1%	17:37:22	1,7%	1:38:00	0,07%
Magazine informativo	2:10:00	0,2%	2:38:00	0,4%	197:53:08	11,8%	3:17:02	0,3%	32:01:59	3,0%	43:19:50	1,9%
Boletim meteorológico	61:36:24	4,7%	7:38:40	1,2%	27:09:46	1,6%	31:10:30	3,3%	7:47:18	0,7%	31:18:14	1,4%
Informação de trânsito	38:54:57	3,0%	14:25:26	2,2%	46:41:56	2,8%	35:06:05	3,7%	3:24:42	0,3%	-	-
Informação bolsista	-	-	-	-	5:44:00	0,3%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	40:10:20	3,06%	0:30:00	0,08%	79:35:54	4,8%	56:49:04	6,0%	-	-	-	-
Transmissão desportiva	-	-	0:20:00	0,05%	89:23:01	5,3%	137:21:46	14,5%	379:21:03	35,8%	9:09:29	0,4%
Resumo desportivo	0:25:18	0,03%	0:08:30	0,02%	1:30:00	0,09%	2:05:35	0,2%	0:27:30	0,04%	-	-
Comentário desportivo	-	-	-	-	4:19:00	0,3%	38:59:40	4,1%	-	-	4:11:20	0,2%
Programa de música	144:56:35	11,03%	32:14:43	4,9%	136:01:39	8,1%	69:14:44	7,3%	43:04:09	4,1%	712:41:55	30,8%
Música de continuidade	411:20:57	31,3%	83:50:15	12,7%	501:40:14	30%	217:47:58	23%	358:13:44	33,8%	599:06:46	25,9%
Espetáculo	-	-	0:40:00	0,1%	5:45:56	0,3%	13:30:45	1,4%	33:10:55	3,1%	39:39:01	1,7%
Humor	27:42:30	2,1%	-	-	16:48:00	1%	-	-	-	-	17:00:00	0,7%
Talk show	-	-	87:43:54	13,2%	-	-	-	-	-	-	86:17:08	3,7%
Infotainment	0:17:00	0,02%	-	-	0:18:00	0,02%	-	-	-	-	-	-
Artes e media	3:22:07	0,3%	6:05:23	0,9%	53:32:25	3,2%	28:50:43	3,04%	36:26:21	3,4%	172:13:40	7,4%
Ciências e humanidades	87:10:36	6,6%	55:29:19	8,4%	77:44:40	4,6%	0:52:00	0,09%	17:02:18	1,6%	142:02:48	6,1%
Educativo	50:37:27	3,9%	-	-	66:05:30	4,0%	7:11:00	0,8%	2:46:00	0,3%	62:59:32	2,7%
Comemorações e efemérides	-	-	0:48:22	0,1%	1:51:46	0,1%	-	-	-	-	-	-
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13:33:56	0,6%
Institucional	1:20:00	0,1%	3:43:30	0,6%	8:26:50	0,5%	-	-	3:11:50	0,3%	2:29:00	0,1%
Religioso	131:53:33	10,04%	-	-	-	-	-	-	6:31:40	0,6%	70:19:39	3,0%
Total	1313:56:45	100%	662:44:47	100%	1672:45:57	100%	947:37:08	100%	1060:15:58	100%	2316:38:19	100%

N= 7973:58:54 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

FIG.20 - DURAÇÃO DE FUNÇÕES POR GÉNERO NA ANTENA 1 (2022)

Género	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	1267:38:13	33,5%	-	-	-	-	-	-
Reportagem	90:05:09	2,4%	-	-	-	-	-	-
Debate/ entrevista	261:08:41	7%	-	-	-	-	-	-
Comentário	96:08:15	2,5%	-	-	-	-	-	-
Edição especial	68:04:26	1,8%	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	281:19:59	7,4%	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	166:40:52	4,4%	-	-	-	-	-	-
Informação de trânsito	138:33:06	3,7%	-	-	-	-	-	-
Informação bolsista	5:44:00	0,2%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	177:05:18	4,7%	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	-	-	615:35:19	16,7%	-	-	-	-
Resumo desportivo	4:36:53	0,12%	-	-	-	-	-	-
Comentário desportivo	47:30:00	1,3%	-	-	-	-	-	-
Programa de música	546:03:40	14,4%	553:53:35	15,1%	38:16:30	12%	-	-
Música de Continuidade	-	-	2171:59:54	59%	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	92:46:37	2,5%	-	-	-	-
Humor	-	-	61:30:30	1,67%	-	-	-	-
Talk show	-	-	174:01:02	4,73%	-	-	-	-
Infotainment	-	-	0:35:00	0,02%	-	-	-	-
Artes e media	290:57:36	7,7%	9:33:03	0,3%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	303:50:17	8,0%	-	-	76:31:24	24,1%	-	-
Educativo	-	-	-	-	189:39:29	59,6%	-	-
Comemorações e efemérides	2:40:08	0,1%	-	-	-	-	-	-
Outro	-	-	-	-	13:33:56	4,3%	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	19:11:10	9,9%
Religioso	33:37:33	0,9%	-	-	-	-	175:07:19	90,1%
Total	3781:44:06	100%	3679:55:00	100%	318:01:19	100%	194:18:29	100%

N= 7973:58:54 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

FIG.21 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO SEMANAL NA ANTENA 2 (2022)



	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo				
00:00	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Raízes Inês Almeida				Fuga da Arte Ricardo Saló		00:00			
01:00	Bolha Gular Tiago Schwabl	Música Contemporânea Pedro Coelho			Música Contemporânea Pedro Coelho	Música de Invenção e Pesquisa Misomusic Portugal	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Refletor Rui Guimarães	01:00		
02:00	Olhar a Lua Tomás Anahory	Jazz A2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano				Olhar a Lua Tomás Anahory		02:00			
03:00	Nocturno André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	Fuga da Arte Ricardo Saló	Nocturno André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	03:00			
04:00		A Ronda da Noite Luís Caetano						Caleidoscópio II	04:00		
05:00		Coreto Jorge Costa Pinto	Caleidoscópio I	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Na Corrente Pedro Coelho	05:00					
06:00	Notas Finais João Pedro							06:00			
07:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra					Sol Maior Pedro Rafael Costa		07:00			
08:00						Café Plaza Germano Campos		Café Plaza Germano Campos	08:00		
09:00						Quinta Essência João Almeida	O Mundo à Minha Procura Martim Sousa Tavares	09:00			
10:00	Boulevard André Pinto					A Propósito da Música Alexandre Delgado	O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	10:00			
11:00						Música Aeterna João Chambers	Páginas de Português José Mário Costa	11:00			
12:00						Coreto Jorge Costa Pinto	12:00				
13:00	Caleidoscópio I	Véu Diáfano Pedro Amaral	Caleidoscópio II	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos	O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Na Corrente Pedro Coelho	13:00			
14:00	Vibrato Pedro Rafael Costa					Páginas de Português José Mário Costa	Véu Diáfano Pedro Amaral	14:00			
15:00						A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers	15:00			
16:00						A Lira de Orfeu Martim Sousa Tavares	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos	Quinta Essência João Almeida	Coreto Jorge Costa Pinto	16:00
17:00	Baile de Máscaras (+ Concerto Aberto ou Concerto A2 às 19h00) João Pedro (+ Andrea Lupi / Pedro Ramos)					A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers	17:00			
18:00	Jazz A2 João Moreira dos Santos (M ^{te} Alexandra Corvela e Luís Caetano)					Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal	18:00			
19:00						Grande Auditório Reinaldo Francisco e Susana Valente					19:00
20:00											A Ronda da Noite Luís Caetano
21:00	Caleidoscópio I	Caleidoscópio II	21:00								
22:00	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	22:00								
23:00								23:00			

Fonte: RDP

FIG.22 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2022)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	00:20:00	1,7%	74:20:00	4,3%	36:30:00	3,2%	-	-	-	-
Programa de música	308:00:00	21,9%	178:48:00	21,2%	438:36:00	25,4%	199:53:00	17,4%	217:32:00	24,9%	1485:22:45	60,3%
Música de continuidade	985:07:00	70,1%	-	-	521:33:00	370,2%	225:50:00	19,7%	-	-	335:28:54	13,6%
Espetáculo	-	-	05:52:00	0,7%	33:38:00	2,0%	539:57:00	47,1%	553:23:00	63,4%	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	49:21:00	2,9%	03:52:00	0,3%	-	-	49:18:00	2,0%
Artes e <i>media</i>	93:45:00	6,7%	577:06:00	68,4%	397:16:00	23,0%	77:29:00	6,8%	101:35:00	11,6%	592:34:00	24,1%
Ciências e humanidades	00:10:00	0,01%	67:32:00	8,0%	120:14:00	7,0%	61:44:00	5,4%	00:58:00	0,1%	00:58:00	0,04%
Educativo	18:10:00	1,3%	14:30:00	1,7%	80:57:00	4,7%	00:25:00	0,04%	-	-	-	-
Outro (cultural/ conhecimento)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	--	-	-	-	00:17:00	0,02%	-	-	-	-	-	-
Reportagem							00:35:00	0,1%				
Total	1405:12:00	100,0%	844:08:00	100,0%	1724:42:00	100,0%	1146:15:00	100,0%	873:28:00	100,0%	2463:41:39	100,0%

N= 1405h12m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 844h08m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1724h42m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1146h15m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 873h28m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2463h41m39s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

FIG.23 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNERO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2022)

Gênero	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	111:10:00	4,4%	-	-	-	-	-	-
Música de continuidade	-	-	-	-	2067:58:54	41,3%	-	-
Programa de música	1121:52:00	44,1%	-	-	1706:19:45	34,1%	-	-
Espetáculo	-	-	-	-	1132:50:00	22,6%	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	102:31:00	2,0%	-	-
Artes e <i>media</i>	1111:50:00	43,7%	727:55:00	80,4%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	188:31:00	7,4%	63:05:00	7,0%	-	-	-	-
Educativo	-	-	114:02:00	12,6%	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	00:17:00	100%
Debate/ entrevista	08:30:00	0,3%						
Reportagem	00:35:00	0,02%						
Total	2542:28:00	100%	905:02:00	100%	5009:39:39	100%	00:17:00	100%

N= 8457h29m39s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

FIG. 24 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2022)



Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	Alta Tensão António Freitas	Alta Tensão António Freitas	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Bons Rapazes (REP)	Matéria Prima (REP)	Muitos Mundos Isilda Sanches	MQ3 Miguel Quintão	00:00
01:00								01:00
02:00	Caixa de Ritmos (REP) Nuno Reis	Precisamos Falar (REP)	Razão de Ser (REP)	Pingue Pongue (REP)	Páginas Amarelas (REP)	Electromagnético Gualter Santos	Electromagnético Gualter Santos	02:00
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro				Playlist * ver grelha semanal *	Playlist * ver grelha semanal *	03:00
04:00	A3 - 04h / 06h ***							04:00
05:00						Rimas e Batidas (REP)	Música com Pés e Cabeça (REP - SEXTA)	05:00
06:00	Duas Pessoas a Conversar (REP)	Prova Oral (REP) Fernando Alvim						06:00
07:00	Manhãs da Três Tiago Ribeiro / Ana Markl							07:00
08:00						Playlist * ver grelha semanal *	Playlist * ver grelha semanal *	08:00
09:00								09:00
10:00	A3 - 10h / 13h * ver grelha semanal *							10:00
11:00						Razão de Ser A. Jorge / M. Rocha B. Martins	Precisamos de Falar L. Oliveira / A. Markl R.M. Abreu / N. Galopim	11:00
12:00						Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	12:00
13:00	A3 - 13h / 16h * ver grelha semanal *					Domínio Público D. Belo / M. Oliveira / M. Rocha / J.A. Oliveira	Domingo no Mundo Luís Oliveira	13:00
14:00								14:00
15:00								15:00
16:00	A3 - 16h / 19h * ver grelha semanal *					Playlist * ver grelha semanal *	Playlist * ver grelha semanal *	16:00
17:00								17:00
18:00						A3-30 Andreia Pinto	Flawless Radio (REP)	18:00
19:00	Prova Oral Fernando Alvim					Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	19:00
20:00	A3 - 20h / 22h * ver grelha semanal *				Bons Rapazes Miguel Quintão Álvaro Costa	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Notas Azuis Rui Miguel Abreu	20:00
21:00				Flawless Radio Sam The Kid			Páginas Amarelas Á. Costa / N. Galopim	21:00
22:00	Portugália Henrique Amaro				Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Pingue Pongue Tomás Cunha Ferreira Matilde Campilho	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado						A Profecia do Duque Ricardo Saló	23:00

Fonte: RTP, Atualizado a 5 setembro 2022

FIG. 25 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2022)

Gênero	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	34:12:00	2,8%	11:12:00	1,7%	11:27:00	0,7%	33:57:00	3,4%	0:03:00	0,004%	-	-
Reportagem	-	-	6:00:00	0,9%	0:08:00	0,0%	0:16:00	0,0%	-	-	-	-
Debate/entrevista	-	-	51:05:13	7,7%	-	-	-	-	-	-	50:01:16	2,0%
Magazine informativo	-	-	-	-	0:53:10	0,1%	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	25:54:00	2,1%	-	-	8:35:00	0,5%	17:04:00	1,7%	0:01:00	0,001%	-	-
Informação de trânsito	33:31:30	2,7%	-	-	-	-	17:24:00	1,8%	0:01:00	0,001%	-	-
Informação desportiva	19:02:10	1,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programa de música	15:41:08	1,3%	12:54:24	1,9%	182:12:12	10,9%	254:23:14	25,8%	670:45:10	57,7%	1437:43:38	58,3%
Música de continuidade	797:08:20	64,8%	468:16:56	70,3%	1277:07:48	76,7%	411:51:36	41,7%	193:59:17	16,7%	771:52:19	31,3%
Espetáculo	-	-	-	-	3:57:43	0,2%	-	-	87:02:22	7,5%	4:57:43	0,2%
Humor	62:02:46	5,0%	1:44:00	0,26%	17:31:00	1,1%	18:25:00	1,9%	4:55:00	0,4%	-	-
Talk show	201:43:07	16,4%	-	-	-	-	200:25:15	20,3%	142:13:12	12,2%	152:02:35	6,2%
Concurso/jogo	0:01:00	0,001%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	30:33:01	2,5%	72:03:28	10,8%	156:45:37	9,4%	33:59:33	3,4%	09:11:51	4,9%	50:01:21	2,0%
Ciências e humanidades	10:20:40	0,8%	42:42:00	6,4%	7:00:00	0,4%	-	-	06:48:00	0,6%	-	-
Educativo	-	-	-	-	0:16:00	0,02%	-	-	-	-	-	-
Total	1230:09:42	100%	665:58:01	100%	1665:53:30	100%	987:45:38	100%	1162:59:52	100%	2466:38:52	100%

N= 8179:25:35 (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

FIG. 26 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS POR FUNÇÃO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2022)

Gênero	Entreter		Informar		Informar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	90:51:00	10,10%	-	-
Reportagem	-	-	6:24:00	0,71%	-	-
Debate/entrevista	-	-	101:06:29	11%	-	-
Magazine informativo	-	-	0:53:10	0,10%	-	-
Boletim meteorológico	-	-	51:34:00	5,7%	-	-
Informação de trânsito	-	-	50:56:30	5,7%	-	-
Informação desportiva	-	-	19:02:10	2,1%	-	-
Programa de música	2462:30:03	33,8%	111:09:43	12,4%	-	-
Música de continuidade	3920:16:16	53,9%	-	-	-	-
Espetáculo	95:57:48	1,3%	-	-	-	-
Humor	104:37:46	1,44%	-	-	-	-
Talk show	696:24:09	9,57%	-	-	-	-
Concurso/jogo	0:01:00	0,0002%	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	-	-	400:34:51	44,5%	-	-
Ciências e humanidades	-	-	66:50:40	7,4%	-	-
Educativo	-	-	-	-	0:16:00	100%
Total	7279:47:02	100%	899:22:33	100%	0:16:00	100%

N= 8179:25:35 (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2022, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou cinco pedidos de modificação de projeto, dois dos quais com alteração da respetiva tipologia.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram deferidos cinco pedidos de alteração do controlo do capital social, menos dois do que em 2021.

Foram igualmente autorizados dois pedidos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças, contrastando com o ano anterior em que não ocorreram quaisquer cessões de serviços de programas.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 14 (catorze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 31 (trinta e um) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, mais 11 do que no ano anterior, confirmando a tendência de crescimento desta modalidade de serviços de programas de rádio.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A atividade de rádio representa um dos principais eixos de ação da ERC no desenvolvimento da sua atividade de regulação e supervisão dos órgãos de comunicação social.

De facto, são amplas as competências da ERC no domínio da rádio, abrangendo o poder de concessão dos títulos habilitadores (licenças ou autorizações) para acesso à atividade; os poderes de renovação e revogação dos mesmos títulos; o poder de autorização da modificação dos projetos aprovados e da sua tipologia; o poder de pronúncia sobre aquisições de propriedade ou práticas de concertação dos seus regulados e, ainda, o poder de fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos a estes aplicáveis.

O enquadramento normativo da atividade de rádio no território nacional encontra-se genericamente previsto na Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual (Lei da Rádio / LR), mas também noutros diplomas legais, entre os quais, o Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, que atribui especiais competências à ERC nos casos em que a operação do sistema RDS envolva a transmissão de mensagens através da utilização de radiotexto e nos casos de atribuição do nome do canal de programa.¹

3. ATRIBUIÇÃO, RENOVAÇÃO, ALTERAÇÃO OU REVOGAÇÃO DAS LICENÇAS DE RADIODIFUSÃO SONORA

O acesso à atividade depende de prévio licenciamento, mediante a realização de concurso público, o qual é aberto por portaria conjunta dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações².

As licenças são concedidas pelo prazo de quinze anos, renováveis por igual período, mediante requerimento dos interessados, a apresentar até seis meses antes do seu termo de validade.

A atribuição, renovação e a revogação das licenças constituem incumbência da ERC, nos termos do disposto no Artigo 23.º da LR³.

Importa referir que, nos termos do disposto no n.º 3 do Artigo 86.º da LR, aos títulos habilitadores, atribuídos ou renovados depois de 1 de janeiro de 2008, é aplicável o supra referido prazo (quinze anos), procedendo a ERC, a título oficioso, aos averbamentos necessários, e aplicando-se, quanto aos demais títulos, o prazo que já tenha sido determinado por ato legislativo, ou o legalmente vigente à data da respetiva atribuição ou renovação.

¹ Cf. N.ºs 3 a 5 do Artigo 3.º e n.ºs. 2, 5 e 6 do Artigo 4.º do DL 248/2015, de 28 de outubro.

² Cf. Artigo 19.º, n.º 1, da Lei da Rádio

³ Cf. Artigo 27.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Rádio

Neste contexto, assume especial relevância, pela gravidade da conduta que lhe está subjacente, o poder de revogação das licenças ou autorizações concedidas, nos termos previstos no Artigo 73.º da LR.

Em 2022, a ERC não procedeu à atribuição, renovação ou revogação de quaisquer licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

4. MODIFICAÇÃO DO PROJETO LICENCIADO OU AUTORIZADO

De acordo com o n.º 1 do Artigo 26.º da LR, os operadores de rádio estão vinculados à observância das condições e dos termos dos serviços de programas licenciados ou autorizados.

É, contudo, admissível a alteração dos projetos, após prévia autorização da ERC, nos termos previstos no Artigo 24.º, n.º 3, alíneas a) e) dos Estatutos da ERC⁴, conjugado com o n.º 2 do mencionado Artigo 26.º da LR.

À luz dos referidos preceitos, os pedidos de alteração de projeto, quer os que compreendam uma alteração ao conteúdo da programação que corresponda a uma reclassificação da tipologia do próprio serviço⁵, quer os pedidos que, pese embora não impliquem uma alteração de tipologia, de alguma forma vão mais além de uma mera alteração ao abrigo da liberdade de programação, ficam sujeitos à apreciação e autorização prévia da ERC.

Em 2021, a ERC apreciou cinco pedidos de modificação do projeto de serviços de programas de rádio (cf. Figura 1), tendo quatro dos quais sido deferidos e um indeferido.

FIG. 1 – MODIFICAÇÃO DO PROJETO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS		TIPOLOGIA		CONCELHO
		ANTERIOR	ATUAL	ANTERIOR	ATUAL	
ERC/2022/122 (AUT-R), de 4 de maio	Sintonizenos, Comunicação Social, Lda.	Rádio Estádio 89.0	Rádio 5 FM	Temático informativo desportivo	Temática musical	Póvoa de Varzim
ERC/2022/269 (AUT-R), de 24 de agosto	Match FM, Unipessoal, Lda.	Golo FM Ponte de Sor	TDS Ponte de Sor	Temático informativo desportivo	Generalista	Ponte de Sor
ERC/2022/307 (AUT-R), de 14 de setembro	Super rádio, Unipessoal, Lda.	Golo FM	Rádio Agora	Temático informativo desportivo	Generalista	Amarante
ERC/2022/338 (AUT-R), de 11 de outubro	Notícias 2000 FM – Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda.	Estação Rádio Madeira – TSF Madeira	Estação Rádio Madeira – TSF Madeira	Generalista	Temático Informativo	Madeira

A ERC indeferiu o pedido de modificação do projeto “RDS”, do operador RS – Rádio Seixal, Lda., sobre a conversão da tipologia em temática musical e emissão em associação com os operadores Inforádio - Comunicação Social, S.A. (S. João da Madeira) e P.F.M. - Radiodifusão, Lda. (Azambuja), nos termos da Deliberação ERC/2022/437 (AUT-R), de 28 de dezembro de 2022.

⁴ Aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁵ Ao abrigo do n.º 4 do Art.º 8.º da Lei da Rádio

5. ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES

A ERC está incumbida de proceder à apreciação dos pedidos de alteração de domínio dos operadores que prossigam a atividade de rádio mediante licença, efetuados ao abrigo do n.º 6, in fine, do Artigo 4.º da LR, conjugado com o disposto na alínea p) do n.º 3 do Artigo 24.º dos Estatutos da ERC.

A alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença é admissível desde que decorridos três anos sobre a atribuição original da licença, dois anos após a modificação do projeto aprovado, ou um ano após a sua última renovação, estando, em qualquer dos casos, sujeita a aprovação prévia da ERC, a qual decide «após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes»⁶.

De acordo com o disposto no ponto i) da alínea b) do Artigo 2.º da LR, considera-se existir domínio, designadamente, quando uma pessoa singular ou coletiva detém uma participação maioritária no capital social ou a maioria dos direitos de voto.

Para além destes casos, poderá existir domínio noutras situações, entre as quais avulta a existência de um acordo parasocial que atribua direitos especiais a um sócio, ainda que não seja minoritário, suficientemente fortes para exercer uma influência dominante na vida do operador.

Em 2022, a ERC apreciou seis pedidos de alteração de controlo do capital social de operadores de rádio. (cf. Figura 2).

FIG. 2 – ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES

Deliberação	Operador	Decisão/obs
ERC/2022/113 (AUT-R), de 28 de abril	Publicelos – Publicidade de Barcelos, Lda.	Nulidade da alteração de domínio feita sem autorização da ERC
Deliberação ERC/2022/122 (AUT-R), de 4 de maio	Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.	Deferimento
Deliberação ERC/2022/138 (AUT-R), de 11 de maio	Media Capital Rádios, S.A.	Deferimento Alteração de domínio indireto de catorze operadores de rádio a favor da Bauer Media Audio Holding GmbH
Deliberação ERC/2022/233 (AUT-R), de 13 de julho	Rádio Voz de Setúbal, Lda.	Deferimento
Deliberação ERC/2022/269 (AUT-R), de 24 de agosto	Match FM, Unipessoal, Lda.	Deferimento
Deliberação ERC/2022/304 (AUT-R), de 14 de setembro	Rádio Universidade do Marão – Cooperativa de Radiodifusão, CRL	Deferimento

6 Cf. Artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, da Lei da Rádio.

6. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPECTIVAS LICENÇAS

De acordo com o n.º 9 do Artigo 4.º da LR, «é permitida, nos termos previstos para a alteração de domínio dos operadores, a cessão de serviços de programas de âmbito local das respetivas licenças ou autorizações, quando comprovadamente útil para a salvaguarda do projeto licenciado (...)».

É igualmente necessário que «(...) seja transmitida a universalidade dos bens, dos direitos e obrigações, incluindo os de natureza laboral, exclusivamente afetos aos serviços de programas em causa».

A cessão de serviços de programas de âmbito local e respetivas licenças depende de aprovação prévia da ERC⁷, sendo que esta só pode ocorrer se estiverem preenchidos os requisitos temporais impostos pelo Artigo 4.º, n.º 6, ex vi, n.º 9, da LR.

Os pedidos de cessão são submetidos ao ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações para decisão, para pronúncia quanto à transmissão dos respetivos direitos de utilização de frequência, em conformidade com os n.ºs 7 e 8 do Artigo 22.º da LR.

A cessão está ainda sujeita ao disposto no Artigo 4.º, n.ºs 3, 4, 5, 6 e segunda parte do n.º 7 (concorrência e não concentração), bem como ao disposto no Artigo 22.º, n.º 8, da LR.

Em 2022, ocorreram duas cessões de serviços de programas e respetivas licenças dos operadores radiofónicos (cf. Figura 3):

FIG. 3 – CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPECTIVAS LICENÇAS

Deliberação	Serviço de programas/licença	Decisão/obs
ERC/2022/27 (AUT-R), de 26 de janeiro	Caima FM	Deferido a favor do operador Quarteto das Letras, Unipessoal, Lda.
ERC/2022/331 (AUT-R), de 11 de outubro	Golo FM Bombarral	Deferido a favor do operador Golo News FM Rádio, Lda.

⁷ Cf. Artigo 4.º, n.º 10, da Lei da Rádio, conjugado com o disposto alínea c) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC.



7. SISTEMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS EM RADIODIFUSÃO (RDS) PELOS OPERADORES DE RÁDIO

Conforme resulta do disposto nas alíneas c) do n.º 2 e a) do n.º 3 do Artigo 24.º dos Estatutos da ERC, conjugados com o n.º 5 do Artigo 3.º e com o n.º 6 do Artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, o Conselho Regulador da ERC dispõe de competências específicas em matéria de transmissão de mensagens através da utilização de radiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS) requerido pelos operadores radiofónicos.

No ano em referência (2022), após solicitação do ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, a ERC, ao abrigo das competências acima referidas, proferiu nove pareceres relativos à atribuição e/ou alteração do nome de canal de programas e mensagens de radiotexto (cf. Figura 4).

FIG. 4 – PARECERES VINCULATIVOS PARA OPERAÇÃO NO SISTEMA RDS

Parecer	Operador
ERC/2022/73 (Parecer-R), de 23 de fevereiro	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador radiofónico TLA/Telefonia Local de Aljustrel – cooperativa de Informação e Cultura, CRL
ERC/2022/93 (Parecer-R), de 23 de março	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) do operador R.V.E. – Sociedade Rádiofónica, Unipessoal Lda.
ERC/2022/96 (Parecer-R), de 23 de março	Pedido de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) e alteração do nome de canal de programa (PS) do operador R.V.E. – Sociedade Rádiofónica, Unipessoal Lda.
ERC/2022/100 (Parecer-R), de 6 de abril	Pedido de alteração do nome de canal de programa (PS), no sistema RDS do operador Pajovir – Espetáculos e Marketing e Publicidade, Unipessoal, Lda.
ERC/2022/161 (Parecer-R), de 25 de maio	Pedido relativo à autorização de transmissão de mensagens através da utilização da aplicação radiotexto (RT) no sistema RDS do operador Benedita FM – Produções Rádiofónicas, Lda.
ERC/2022/162 (Parecer-R), de 25 de maio	Pedido alteração do nome do canal de programa (PS), no sistema RDS do operador Fórum Boticas – Associação Recreativa e Cultural.
ERC/2022/200 (Parecer-R), de 22 de junho	Pedido de transmissão de mensagens através da utilização da aplicação radiotexto (RT) no sistema RDS do operador Media On - Comunicação Social, Lda.
ERC/2022/257 (Parecer-R), de 27 de julho	Pedido de transmissão de mensagens através da utilização da aplicação radiotexto (RT) no sistema RDS do operador Rádio Universidade de Coimbra – Associação Académica de Coimbra
ERC/2022/362 (Parecer-R), de 26 de outubro	Pedido de alteração do nome do canal de programa (PS), no sistema RDS do operador Match FM, Unipessoal, Lda.



8. RÁDIOS A TRANSMITIR EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

A difusão de serviços de programas exclusivamente através da internet não carece de habilitação prévia, não estando, pois, sujeita a licenciamento ou autorização nos termos da Lei da Rádio.

Está, todavia, sujeita a registo, sendo a ERC a entidade exclusivamente competente para o efeito (cf. Artigos 17.º, n.º 3, 24.º e 84.º da LR).

A formalização do registo é simples, bastando o preenchimento de um formulário eletrónico no sítio da ERC, juntando cópia do estatuto editorial, onde constem a orientação e os objetivos do serviço de programas, assim como a grelha de programação e respetivas sinopses.

Após apreciação do pedido e comprovação, junto do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), da admissibilidade do nome do serviço de programas (na classe correspondente), a ERC procede ao registo solicitado.

Em 2022, foram aprovados 31 (trinta e um) pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet (cf. Figura 7).

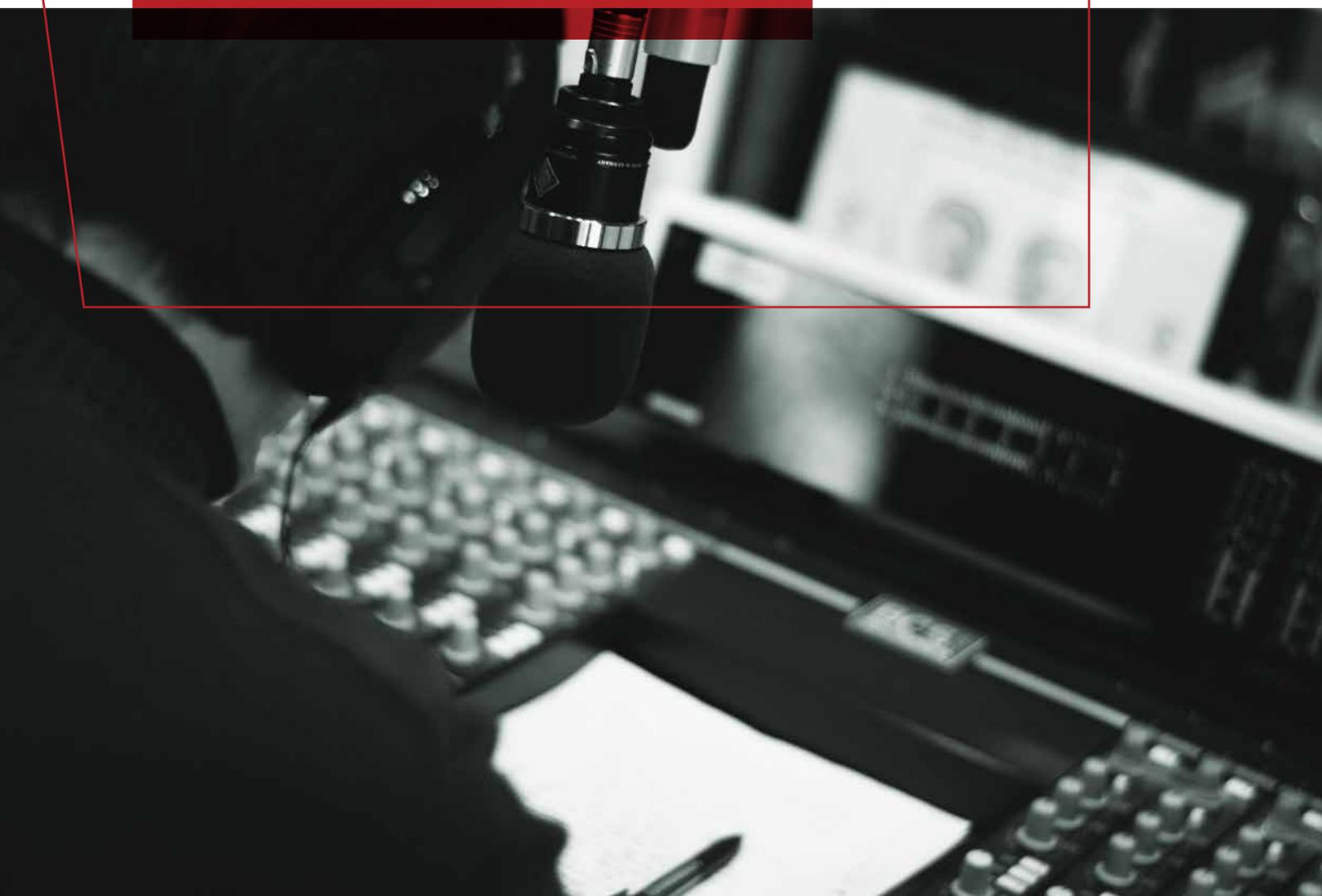
FIG. 5 - EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RÁDIO EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET

Nº de registo	Serviço de programas
700177	Rádio São Pedro
700179	Rádio Inquieta
700180	GDR-Gaudiumradio
700182	All Stars Radio
700183	RND - Rádio Nacional de Desporto
700184	Rádio Barreiro Web
700185	TunetRadio
700186	Rádio Amparo
700188	Smooth Cool
700189	Rádio Comercial By Night
700190	Rádio Comercial 2000's
700191	Smooth Jazz
700192	Rádio Comercial 90's
700193	Rádio Comercial Kids
700194	Rádio Alto Douro
700195	Rádio Comercial Brasil

FIG. 5 – EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RÁDIO EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET

Nº de registo	Serviço de programas
700196	M80 Disco
700198	Web Rádio Figueiró
700199	Rádio Pazamor e Alegria
700200	Cidade Latina
700201	Mais Música Web Rádio
700202	M80 Brasil
700203	Rádio Êxitos Portugueses
700204	N16
700205	Rádio Nova Nacional
700206	Portugal Star
700207	Rádio Pavão
700208	Rádio Gerações
700209	Rádio Linda Mónica
700210	Rádio Coração Divertido
700211	Rádio Clube Santa Marta

ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS



1. VISÃO GLOBAL

Ao longo de 2022 foram efetuadas 13 (treze) ações de fiscalização a serviços de programas de operadores de radiodifusão locais com vista à verificação do cumprimento das respetivas obrigações legais, à luz do Plano anual de fiscalização aprovado pelo Conselho Regulador, constatando-se que as rádios fiscalizadas estão, genericamente, a cumprir os requisitos exigidos pela Lei da Rádio¹ para o desenvolvimento da atividade.

As ações de fiscalização em causa foram realizadas em estúdios e sedes de operadores localizados em 12 (doze) distritos de Portugal continental.

¹ Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

Nos termos conjugados do disposto no Artigo 76.º da Lei da Rádio e nos Artigos 24.º, n.º 3.º, alínea i) e 45.º dos Estatutos desta Entidade Reguladora², a ERC é a entidade responsável pela fiscalização dos operadores de rádio quanto ao cumprimento das obrigações constantes da Lei da Rádio e de outros normativos relativos à actividade de radiodifusão sonora.

3. METODOLOGIA

As ações foram realizadas de acordo com os seguintes parâmetros:

- i) Ações previstas no Plano anual de fiscalização aos operadores de rádio;
- ii) Ações propostas por técnicos superiores do Departamento de Supervisão (DS);
- iii) Inspeção *in loco* de um conjunto predefinido de elementos, entre os quais a aferição de uma emissão regular, de programação própria, de noticiários e das habilitações profissionais necessárias;
- iv) Adicionalmente, solicitam-se gravações das emissões de dias distintos para subsequentemente se proceder à audição e elaboração dos respetivos relatórios de audição e fiscalização.

4. AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO REALIZADAS

No âmbito do Plano anual de fiscalização dos operadores de rádio, foram realizadas ações de inspeção aos serviços de programas radiofónicos denominados Rádio Antena Vareira, Rádio Castrense, Rádio Voz de Basto, Rádio Cova da Beira, Rádio Universidade de Coimbra, Rádio Lagoa, Rádio Clube da Mêda, Rádio D. Fuas, Rádio Valdevez e Rádio Montemuro (cf. Figura 1).

Sob proposta de técnicos superiores do DS/ERC, procedeu-se à fiscalização dos serviços de programas denominados Rádio Campanário, Rádio KISS FM e Rádio Jornal de Setúbal (cf. Figura 2).

FIG.1 – AÇÕES PREVISTAS NO PLANO ANUAL DE FISCALIZAÇÃO DOS OPERADORES DE RÁDIO

Operador	Serviço de Programas	Concelho- Distrito
Antena Vareira – Cooperativa Cultura de Recreativa, C.R.L. (AVFM)	Rádio Antena Vareira	Ovar – Aveiro
Rádio Castrense – Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Castrense	Castro Verde – Beja
Basminho – Publicidade, Lda.	Rádio Voz de Basto	Cabeceiras de Basto- Braga
RCB- Rádio Cova da Beira, C.R.L.	Rádio Cova da Beira	Fundão Castelo-Branco

² Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

FIG.1 – AÇÕES PREVISTAS NO PLANO ANUAL DE FISCALIZAÇÃO DOS OPERADORES DE RÁDIO

Operador	Serviço de Programas	Concelho- Distrito
Rádio Universidade de Coimbra, Associação Académica Coimbra (RUC)	Rádio Universidade de Coimbra	Coimbra – Coimbra
Lagoanima- Empresa Radiofónica e de Comunicação da lagoa, Lda.	Rádio Lagoa	Lagoa – Faro
Rádio Clube da Mêda, Lda.	Rádio Clube de Mêda	Mêda – Guarda
A CINCUP – Cooperativa de Informação e Cultura de Porto de Mós, C.R.L.	Rádio D. Fuas	Porto de Mós - Leiria
Rádio Valdevez – Associação Cultural de Radiodifusão	Rádio Valdevez	Arcos de Valdevez - Viana do Castelo
Oficina de Vídeo, Lda.	Rádio Montemuro	Cinfães – Viseu

FIG.2 – AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO PROPOSTAS PELOS TÉCNICOS DA ERC

Operador	Serviço de Programas	Concelho- Distrito
Rádio Campanário - Voz de Vila Viçosa C.R.L.	Rádio Campanário	Vila Viçosa – Évora
R.T.A. – Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicações de Albufeira, Unipessoal. Lda.	Rádio KISS FM	Albufeira – Faro
Rádio Regional de Setúbal – Sociedade de Comunicação, Lda.	Rádio Jornal de Setúbal	Setúbal – Setúbal

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA



1. VISÃO GLOBAL

Da análise dos dados referentes a 2022, no que respeita à difusão de música portuguesa, podemos concluir que a quase generalidade dos serviços de programas radiofónicos que submetem os dados no “Portal das Rádios”, com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas previstas na Lei da Rádio.

Salienta-se que se mantém como voluntária a inscrição no referido portal, disponibilizado pela ERC desde 2007, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas, pelo que a análise efetuada não compreende a totalidade dos serviços licenciados a nível nacional.

Além dos serviços de programas de cobertura local ativos no portal, constituída pela amostra dos serviços de programas que submeteram os dados pelo portal no ano de 2022, numa média anual ponderada de cerca de 136 (cento e trinta e seis) e cuja comunicação de dados por via da plataforma “Portal das Rádios” foi regular, monitorizaram-se mensalmente as quotas dos serviços também ativos, um de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

A análise dos dados dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, do operador de serviço público, constam de relatório autónomo.

Nos termos do artigo 41.º n.º 1 da Lei n.º 954/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio), a programação musical dos serviços de programas radiofónicos é obrigatoriamente preenchida, em quota mínima variável de 25 % a 40 %, com música portuguesa.

A Portaria n.º 24/2021, de 29 de janeiro, veio atualizar o valor da quota mínima de música portuguesa de 25 %, que se mantinha inalterada desde 2006. Assim, a programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora passou a ser obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.

A mesma portaria entrou em vigor no dia 27 de fevereiro de 2021, produzindo efeitos pelo período de um ano.

No entanto, atendendo a que, em 2022, não foi publicada nova portaria, conforme determina o artigo 46.º da Lei da Rádio, a quota mínima tida em conta para efeitos de verificação do cumprimento das percentagens de difusão de música portuguesa regressa a 25 %, no decorrer do corrente ano.

Assim, dos serviços ativos analisados no presente relatório e no que se refere aos de cobertura local, de acordo com os dados rececionados, uma percentagem bastante superior a 90 % mantém o cumprimento da quota legal de difusão de música portuguesa.

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

O serviço de programas de âmbito regional M80 supera a quota mínima de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas, com valores acima de 30 %.

Podemos assim concluir, de acordo com a amostra disponível, que, em 2022, a grande maioria dos serviços de programas locais preencheu a sua programação musical com mais de 30 % do total de música difundida.

Do mesmo modo, no que respeita à subquota de música em língua portuguesa, também o operador regional sul ultrapassa a percentagem mínima determinada, registando valores próximos ou superiores a 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados Rádio Comercial, RR e RFM, ultrapassam a quota mínima de 25 % de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas.

No que respeita à subquota de 60 %, constata-se que os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, assim como no período das 7 às 20 horas, registando a RR, mais uma vez, a percentagem mais elevada (89,9 %).

Acresce ainda a quota de música recente fixada em 35 %, que, nos serviços RFM e Rádio Comercial, reflete, ao longo de todos os meses do ano, valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

A exemplo de anos anteriores a RR revela alguma quebra nos valores de música recente, que se prendem a constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo da estação, mas com evolução favorável, nomeadamente no mês de outubro (34,6 %).

Foi acautelado o acompanhamento dos serviços de programas no sentido da resolução dos desvios face aos valores previstos na lei e de os sensibilizar para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Em cumprimento do n.º 3 do artigo 44.º, foi atualizada a disponibilização pública no site da ERC de obras de música portuguesa, que nos foram comunicadas pela AFP – Associação Fonográfica, a Audiogest – Associação para a Gestão e Distribuição de Direitos dos Produtores Fonográficos e a SPA – Sociedade Portuguesa de Autores,

Encontram-se isentos do cumprimento integral das quotas de música 33 (trinta e três) serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/2008, de 29 de agosto), cuja programação musical assenta nos géneros Hip-hop/Rap/Urbana; Infantil, Jazz/blues, *Dance* e Clássica.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente capítulo dedica-se ao apuramento das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de música portuguesa, em 2022.

O artigo 41.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio), determina que «a programação musical dos serviços de programas radiofónicos é obrigatoriamente preenchida, em quota mínima variável de 25 % a 40 %, com música portuguesa», competindo ao Governo, nos termos do artigo 46.º, estabelecer, por períodos de um ano, a quota de difusão de música portuguesa, aplicando-se como quota mínima no ano em análise de 25 %, exceto nos meses de janeiro e fevereiro onde ainda vigorou 30 %, nos termos da portaria de 2021.

Mais prevê a lei que a quota referida deverá ser preenchida, no mínimo, com 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.

Para além das quotas de 25 % e 60 %, apuradas sobre a totalidade das difusões musicais, foi ainda consagrada a obrigação de emissão de uma quota de 35 % para músicas editadas nos últimos doze meses.

A ERC disponibiliza na sua página, conforme previsto no n.º 3 do artigo 44.º da Lei da Rádio, de acordo com as comunicações que lhe chegam das editoras e entidades representativas do setor, que tem contado com a colaboração regular da SPA - Sociedade Portuguesa de Autores, da AFP - Associação Fonográfica Portuguesa e da Audiogest, a lista das produções musicais recentes, com identificação do ano de edição e de disponibilização pública da obra.

No que respeita ao serviço de programas com um âmbito de cobertura regional, dirigido à zona sul do país, designado M80, dadas as características do seu projeto programático, centrado essencialmente na divulgação de temas musicais dos anos 70, 80 e 90, ao abrigo do previsto no n.º 2 do artigo 44.º da Lei da Rádio, encontra-se isento do cumprimento desta quota.

No que atende aos serviços de programas locais, e dadas as limitações técnicas que condicionam o envio de relatórios consensuais reportados à ERC, os valores de quota recente são meramente indicativos, não estando sujeitos a avaliação.

O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do quinquénio 2018-2022, no que respeita a apuramentos médios semestrais e anuais.



3. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música têm como suporte de cálculo as difusões musicais mensais por número de composições reportadas por serviço de programas no mês anterior a que respeita.

Estes dados chegam ao Regulador por via do “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento de valores de quotas de música portuguesa nos serviços de programas de rádio, implementado pela ERC.

Em 2022, a presente análise teve como suporte a amostra de média anual observada de cerca de 136 serviços de programas locais que se encontram ativos na plataforma “Portal das Rádios” com envio regular de dados. Para além destes serviços, encontram-se igualmente ativos um serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, do operador de serviço público, e Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM, pertencentes a operadores privados).

Os elementos introduzidos pelos operadores dos respetivos serviços de programas, no “Portal das Rádios” e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, conforme as disposições dos artigos 41.º a 47.º:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses (subquota de 35 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

4.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

Conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, entende-se por serviço de programas com cobertura de âmbito local o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

A presente análise compreende a avaliação das cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas anteriormente no presente relatório. De acordo com a sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre os operadores locais que incluem a amostra, *i.e.*, aqueles que se encontram inscritos no portal de apuramento automático de quotas de música e que enviaram os dados das suas emissões musicais no decorrer de 2022, que permitiram apurar a percentagem de cumprimento das quotas de música portuguesa.

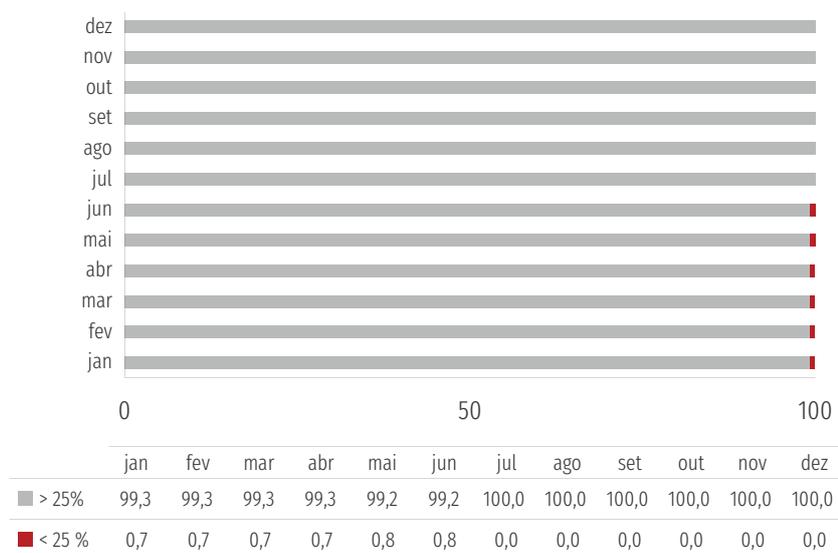
Para cálculo do universo médio mensal dos serviços de programas monitorizados, constituiu-se a amostra pelo número dos que submeteram os dados pelo portal em cada semestre de 2022, numa média ponderada de 130 (cento e trinta) no primeiro e no segundo de 140 (cento e quarenta).

No que respeita à primeira vertente da análise, os resultados obtidos constam nas Figuras 1 e 2.

FIG. 1 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 25 %, NO PERÍODO DE 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
>25%	99,3	100,0
<25 %	0,7	0,0

FIG. 2 - CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 25 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



Os dados apurados permitem concluir que, também em 2022, tal como em anos anteriores, o índice de cumprimento da quota de música portuguesa mantém-se notoriamente relevante, por parte dos serviços de programas da amostra.

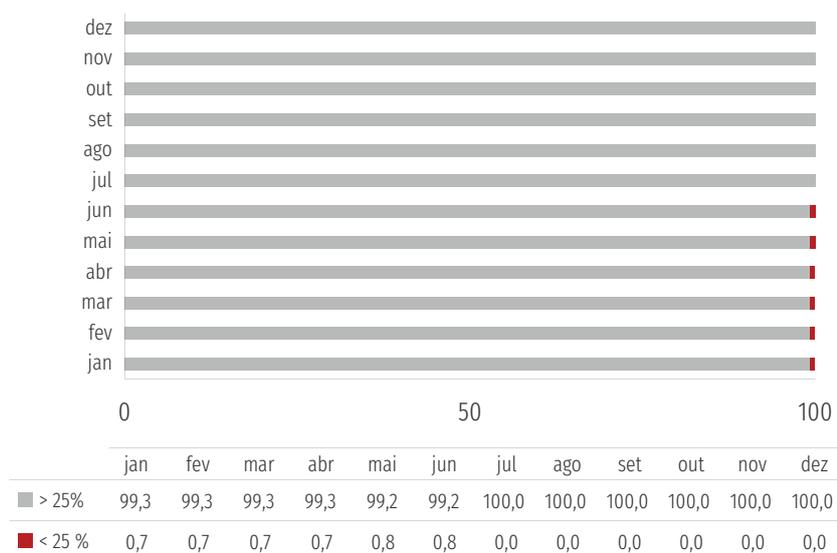
A quase generalidade dos operadores que submeteram os dados pelo portal das rádios cumpriram a quota mínima mensal de 25 %, nas 24 horas de emissão no primeiro semestre do ano, em 99,3 %, constando-se que no segundo semestre, entre julho e dezembro, 100 % dos operadores da amostra cumpriram a quota regulamentar, não se verificando desvios na amostra analisada.

A segunda vertente de análise apresenta o índice de cumprimento da quota de música por parte dos serviços de programas de rádio, com uma quota superior ou inferior a 30 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, de acordo com o previsto no artigo 41.º, n.º 1, conjugado com o art.º 47.º, n.º 2, ambos da Lei da Rádio.

FIG. 3 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 25 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
>25%	99,3	100,0
<25 %	0,7	0,0

FIG. 4 – CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 25 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Os valores de difusão de música portuguesa apurados no período entre as 7 e as 20 horas, são idênticos aos verificados para as 24 horas, sendo igualmente notório o elevado índice de cumprimento desta quota no período de maior audiência, com registo da totalidade dos operadores (100%) a cumprirem ou a superarem a quota mínima de difusão de música portuguesa nos últimos seis meses do ano.

FIG. 5 - ANÁLISE % POR INTERVALOS - 1º SEMESTRE DE 2022

1.º Semestre de 2022												
Interv. rádios	jan		fev		mar		abr		mai		jun	
	n.º rádios	%										
[0-25[1	0,7%	1	0,7%	3	2,2%	1	0,7%	1	0,8%	1	0,8%
[25-30[3	2,2%	2	1,5%	4	3,0%	3	2,2%	4	3,1%	3	2,4%
[30-35[30	21,9%	34	25,2%	30	22,4%	27	20,1%	19	14,7%	30	24,0%
[35-40[20	14,6%	17	12,6%	16	11,9%	18	13,4%	25	19,4%	12	9,6%
[40-45[14	10,2%	11	8,1%	9	6,7%	15	11,2%	11	8,5%	10	8,0%
[45-50[12	8,8%	11	8,1%	10	7,5%	9	6,7%	9	7,0%	12	9,6%
[50-55[16	11,7%	17	12,6%	16	11,9%	15	11,2%	15	11,6%	12	9,6%
[55-60[6	4,4%	7	5,2%	9	6,7%	14	10,4%	10	7,8%	13	10,4%
[60-65[7	5,1%	8	5,9%	7	5,2%	7	5,2%	11	8,5%	9	7,2%
[65-70[10	7,3%	6	4,4%	10	7,5%	5	3,7%	7	5,4%	6	4,8%
[70-75[3	2,2%	2	1,5%	4	3,0%	5	3,7%	3	2,3%	4	3,2%
[75-80[2	1,5%	5	3,7%	4	3,0%	2	1,5%	4	3,1%	4	3,2%
[80-85[3	2,2%	5	3,7%	3	2,2%	3	2,2%	3	2,3%	2	1,6%
[85-90[3	2,2%	2	1,5%	2	1,5%	3	2,2%	1	0,8%	1	0,8%
[90-95[2	1,5%	2	1,5%	2	1,5%	2	1,5%	2	1,6%	2	1,6%
[95-100]	5	3,6%	5	3,7%	5	3,7%	5	3,7%	4	3,1%	4	3,2%

FIG. 6 - ANÁLISE % POR INTERVALOS - 2.º SEMESTRE DE 2022

2.º Semestre de 2022												
Interv. rádios	jul		ago		set		out		nov		dez	
	n.º rádios	%										
[0-25[1	0,7%	1	0,7%	1	0,7%	1	0,7%	2	1,4%	2	1,4%
[25-30[8	5,7%	5	3,6%	4	2,8%	3	2,2%	6	4,2%	2	1,4%
[30-35[16	11,4%	20	14,6%	20	14,2%	21	15,2%	22	15,5%	21	14,9%
[35-40[29	20,7%	25	18,2%	27	19,1%	24	17,4%	22	15,5%	15	10,6%
[40-45[12	8,6%	12	8,8%	11	7,8%	11	8,0%	13	9,2%	12	8,5%
[45-50[10	7,1%	11	8,0%	15	10,6%	14	10,1%	12	8,5%	10	7,1%
[50-55[16	11,4%	13	9,5%	11	7,8%	8	5,8%	15	10,6%	16	11,3%
[55-60[10	7,1%	12	8,8%	14	9,9%	19	13,8%	10	7,0%	19	13,5%
[60-65[13	9,3%	11	8,0%	13	9,2%	14	10,1%	13	9,2%	8	5,7%
[65-70[5	3,6%	9	6,6%	6	4,3%	3	2,2%	8	5,6%	12	8,5%
[70-75[6	4,3%	3	2,2%	3	2,1%	4	2,9%	3	2,1%	8	5,7%
[75-80[4	2,9%	5	3,6%	4	2,8%	3	2,2%	1	0,7%	3	2,1%
[80-85[1	0,7%	1	0,7%	3	2,1%	6	4,3%	3	2,1%	1	0,7%
[85-90[2	1,4%	2	1,5%	2	1,4%	1	0,7%	5	3,5%	4	2,8%
[90-95[2	1,4%	2	1,5%	2	1,4%	3	2,2%	3	2,1%	3	2,1%
[95-100]	5	3,6%	5	3,6%	5	3,5%	3	2,2%	4	2,8%	5	3,5%

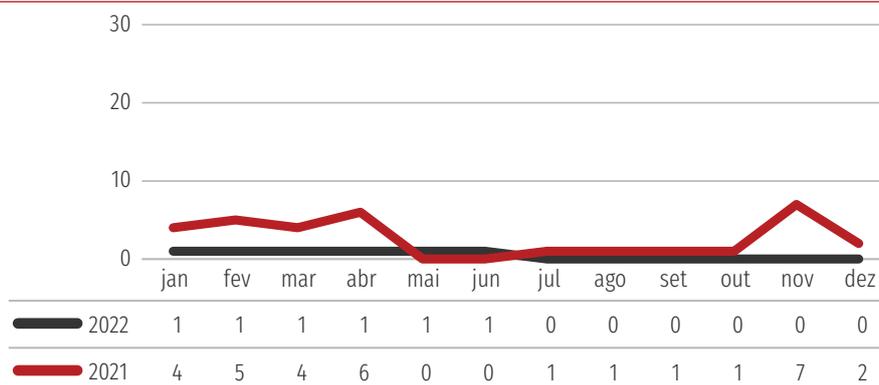
Nota: Quota mínima de referência em janeiro e fevereiro - 30%

Os valores acima representados, permitem concluir que, no final primeiro semestre de 2022, a maior parte dos operadores da amostra contabilizou valores de quota de música portuguesa, que se inscrevem no intervalo [30-35], ou seja, iguais ou superiores a 30 % até 35%, e que assim superaram a quota mínima estabelecida.

Já no segundo semestre do ano, a grande maioria dos serviços de programas integra o intervalo [35-40], registando quotas de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão acima de 35% e até 40 %, bastante superiores à quota mínima a 25 %.

Podemos assim concluir, de acordo com a amostra disponível, que, em 2022, a grande maioria dos serviços de programas preencheu a sua programação musical com mais de 30 % do total de música difundida.

FIG. 7 - INCUMPRIMENTOS REGISTADOS NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



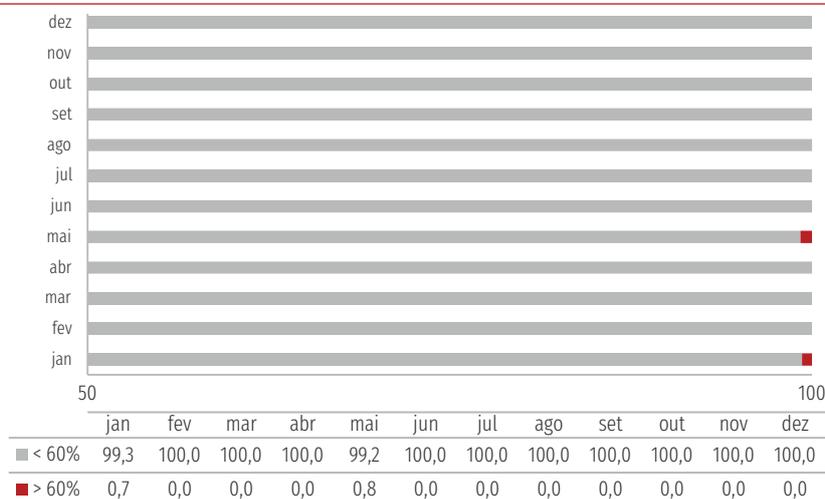
No que respeita a desvios do cumprimento da quota mínima no período de maior audiência, situado entre as 7 e as 20 horas, verifica-se uma descida de casos verificados na amostra analisada, seis em 2022, face a 33 (trinta e três) em 2021, o que se traduz como bastante positivo e que pode configurar o crescimento de produções discográficas provenientes do mercado nacional.

A terceira vertente de análise compreende o artigo 43.º da Lei da Rádio de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, abrangendo as 24 horas de emissão, com os apuramentos constantes das Figuras 8 e 9.

FIG. 8 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 60 % NO PERÍODO DAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 60%	99,8	100,0
< 60%	0,3	0,0

FIG. 9 - PERCENTAGEM MENSAL DOS OPERADORES DA QUOTA DE 60 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



No que se refere aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão, respeitante a uma subquota mínima de 60 %, a média de cumprimento é expressiva por parte dos operadores, no primeiro e no segundo semestres de 2022: 99,8 % e 100,0 % respetivamente.

Podemos verificar que, excetuando os meses de janeiro e maio, a totalidade dos operadores da amostra cumpriu a quota mínima de 60 % no período das 24 horas de emissão, anunciando-se como bastante expressiva a difusão de música em língua portuguesa na programação musical dos serviços de programas observados.

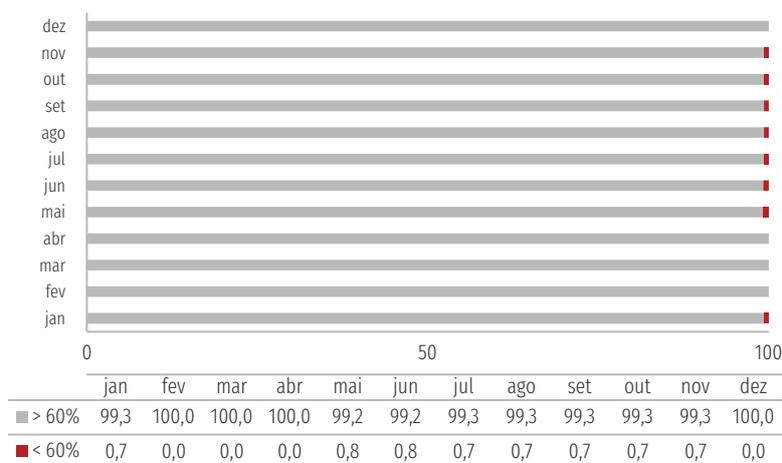
No que respeita ao cumprimento do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, no período diário de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, realizou-se o apuramento da percentagem de emissão de uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa, composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.

Esta percentagem decorre da quota apurada nos termos do artigo 41.º, n.º 1, que impõe a quota geral de música portuguesa a que os operadores estão obrigados na sua programação musical.

FIG. 10 – MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 60 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 60%	99,6	99,4
< 60%	0,4	0,6

FIG. 11 - PERCENTAGEM MENSAL DOS OPERADORES DA QUOTA 60 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



As Figuras 10 e 11, que respeitam ao número de serviços que cumpriram a quota de difusões musicais em língua portuguesa, no período de maior audiência, revelam que os valores apurados foram ligeiramente inferiores aos observados no período das 24 horas de emissão.

A média apurada no primeiro e no segundo semestres do ano assinalou-se em 99,6 % e 99,4 %, sendo que, em quatro meses do ano - fevereiro, março, abril e dezembro -, a totalidade dos operadores de cobertura local constituintes da amostra alcançou ou superou a quota mínima exetável, no período das 7 às 20 horas.

FIG. 12 - PERCENTAGEM MENSAL DOS OPERADORES DA QUOTA DE 35 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
1.º SEMESTRE						2.º SEMESTRE					
62,9						63,6					

No que considera à avaliação do cumprimento da quota de música recente, determinada no artigo 44.º da Lei da Rádio, tendo por base apenas os dados que foram comunicados pelos operadores da amostra, a título indicativo, observou-se, no primeiro semestre do ano, um índice de cumprimento por parte de 62,9 % dos operadores e, no segundo, de 63,6 %, no que respeita a uma quota mínima de 35 % de música dos últimos 12 meses.

O apuramento dos totais de música recente é condicionado por fatores que interferem na mesma contabilização, sendo que, entre outros fatores, decorrem de opções editoriais e de constrangimentos técnicos de reporte da informação à ERC.

Sucedem muitas vezes que o inadequado preenchimento de dados de títulos musicais por parte dos serviços de programas se reflete nos números apurados através do portal automático. Da mesma forma, o recurso a conteúdos que não são automaticamente registados pelo *software* disponível nos serviços radiofónicos (como o CD ou eventos em direto), salvo se o operador assegurar a sua inserção, acabam por não ser contabilizados.



5. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

O operador regional com cobertura sobre a região norte do país, de programação específica no domínio da temática informativa, TSF, nunca aderiu ao envio dos dados de difusão de música portuguesa.

5.1. OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, temático musical, a emitir o serviço de programas M80 Rádio, está inscrita no portal das rádios, o que permitiu, desde sempre, acompanhar a tendência em matéria de difusão de música portuguesa.

A percentagem de música portuguesa apurada no serviço de programas M80 Rádio, aferida de acordo com as vertentes de análise consideradas neste relatório, foi a constante das Figuras 13 e 14.

FIG.13 - QUOTA DE 25 % DE DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA

M80 RÁDIO	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
24 horas	34,3	33,6	33,8	34,4	35,0	33,9	35,0	34,9	35,3	35,8	35,2	35,4
Das 7 às 20 horas	32,4	31,5	32,3	32,9	33,8	32,3	33,9	33,1	33,4	34,1	33,2	33,5

Conforme revelam os valores apurados, a M80 apresenta, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 7 e as 20 horas, valores que asseguram ou ultrapassam a quota mínima, com quotas sensivelmente mais altas no mês de outubro, 35,8 % e 34,1 %, em cada uma das faixas horárias sujeitas a análise.

FIG.14 - QUOTA DE 60 % DE DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

M80 RÁDIO	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
24 horas	78,9	79,2	79,5	78,4	79,0	77,8	79,0	78,6	79,2	78,7	78,7	78,9
Das 7 às 20 horas	80,4	81,0	80,3	79,5	80,5	79,1	79,1	80,4	81,3	80,8	79,6	80,9

Já no que importa à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período das 24 horas de emissão, quer no período entre as 7 e as 20 horas, registam-se números francamente notórios, sempre perto ou acima de 80 %, destacando-se o mês de março, 79,5 %, e o mês de setembro, com a quota de 81,3 %, considerando as duas faixas horárias em referência.

O modelo de programação musical da M80, dedicado à difusão de fonogramas publicados há mais de um ano, permitiu que este serviço de programas tenha beneficiado da isenção do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2 da Lei da Rádio, relativa à música recente.

6. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

6.1. RFM, RR E RÁDIO COMERCIAL

Apresentam-se de seguida os apuramentos relativos aos serviços de programas Rádio Comercial, RFM e RR, desta vez remetendo para as rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional.

Os serviços de programas nacionais da RTP, concessionária do serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente deste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais supra descritos aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos rececionados por via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 25 % (30 % nos meses de janeiro e fevereiro), e 60 %, no período das 24 horas e no período das 7h às 20h, tendo presente o descritivo dos pontos A, B, C, D e 35 % do ponto E, já mencionados no início do ponto 3 deste relatório.

FIG. 15 - PERCENTAGEM DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
R.COMERCIAL	29,9	30,6	29,9	30,5	29,8	30,6	32,4	32,1	32,2	30,6	29,3	31,3
RFM	30,0	29,5	29,4	29,0	28,6	28,3	28,8	30,9	31,0	30,7	30,2	29,9
RR	37,1	37,3	37,6	36,0	37,9	37,3	37,9	36,1	37,8	38,5	38,1	37,8

No que se refere à primeira quota em análise destinada à música portuguesa nas 24 horas de emissão, podemos concluir que os serviços Rádio Comercial, RFM e RR, esta última a que registou as quotas de música portuguesa mais elevadas, superaram, em todos os meses do ano, a quota mínima de música portuguesa, com maior visibilidade, em julho, 32,4 %, em setembro, 31,0 %, e em outubro, 38,5 %, respetivamente pelos três serviços de programas.

FIG. 16 - PERCENTAGEM DE MÚSICA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

OPERADOR	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
R.COMERCIAL	30,4	32,0	31,3	32,5	31,9	32,4	34,3	33,6	33,7	31,0	28,3	31,6
RFM	29,7	29,6	29,7	29,2	28,7	28,4	28,0	29,4	29,5	29,3	29,7	28,7
RR	36,2	36,0	36,7	35,7	37,6	36,1	36,9	35,7	36,7	37,6	37,2	36,2

No que considera aos valores apurados na faixa horaria entre as 7 e as 20 horas, o serviços Rádio Comercial, RFM e RR, superaram o valor expeável, com registo dos valores mais elevados nos meses de julho, 34,3 %, janeiro, março e novembro, 29,7 %, maio e outubro, 37,6 %, respetivamente pelos três operadores visados, e, conforme se pode observar, em superioridade pela RR.

FIG. 17 - PERCENTAGEM DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
R.COMERCIAL	85,6	83,8	86,5	83,8	84,6	82,4	81,3	76,7	83,2	87,0	88,9	91,1
RFM	78,7	79,2	81,7	80,5	71,8	72,9	74,7	73,8	75,3	76,0	76,9	78,6
RR	89,1	90,5	90,4	89,4	90,8	90,0	90,1	89,4	90,4	90,5	90,5	87,5

Importa ainda salientar as difusões musicais dos operadores nacionais privados em língua portuguesa compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia para o período das 24 horas de emissão, com especial evidência, este ano, na Rádio Comercial, que, no mês de dezembro, apresenta a quota mais elevada do ano, 91,1 %, a RR em maio, 90,8 % e a RFM em março, 81,7 %.

FIG. 18 - PERCENTAGEM DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

OPERADOR	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
R.COMERCIAL	85,2	83,5	86,2	83,3	84,7	83,0	82,3	76,4	84,2	87,6	89,4	92,0
RFM	78,7	78,9	82,6	82,1	72,3	72,2	74,5	72,9	75,6	76,1	76,1	77,5
RR	88,7	89,9	89,4	88,3	90,8	89,9	90,0	89,7	90,9	91,2	91,3	87,1

Verificado o período diário entre as 7 e as 20 horas, denota-se, uma vez mais, que a Rádio Comercial supera as restantes rádios nacionais, com maior evidência em dezembro, 92,0 %, seguindo-se a RR em novembro, 91,3 %, e a RFM com a percentagem de março, 82,6 %

FIG. 19 - PERCENTAGEM DE MÚSICA RECENTE, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

OPERADOR	jan	fev	Mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
R.COMERCIAL	50,3	52,8	58,4	56,2	48,7	52,4	57,4	61,5	61,2	55,6	55,0	56,6
RFM	50,4	47,8	43,0	46,0	47,9	48,3	50,0	47,5	51,8	48,3	46,6	54,0
RR	30,3	28,2	26,3	25,6	27,7	28,0	29,9	27,5	33,7	34,6	30,8	31,2

Resta ainda a análise do cumprimento da quota de música recente definida em 35 %, apurada sobre o total de música portuguesa difundida pelo respetivo serviço de programas.

Como já tem vindo a ser evidente em análises dos anos anteriores, a Rádio Comercial e a RFM registaram, ao longo do ano, percentagens mais elevadas de música recente, com maior destaque, em agosto, 61,5 % e dezembro, 54,0 %, pela mesma ordem.

No que respeita à RR, afiguram-se novamente variações contrárias à quota mínima de 35 % previsto na Lei da Rádio.

Este serviço de programas vem demonstrando, desde sempre, constrangimentos no cumprimento da quota que considera a difusão de música nova e que decorre, em certa medida, do projeto editorial adotado e do público-alvo da estação.

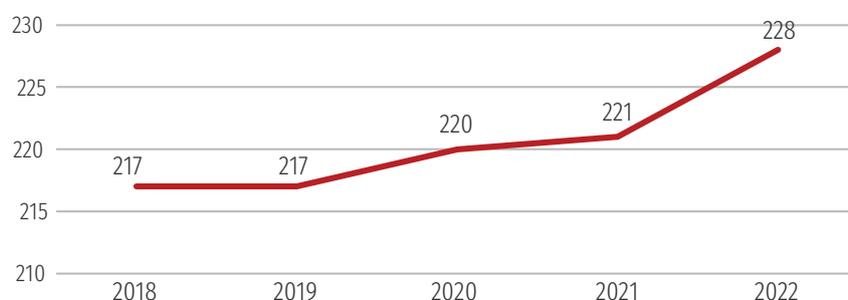
Não obstante, podemos constatar que a RR tem vindo a ajustar a sua programação musical no sentido do cumprimento da quota em referência, sendo de salientar o mês de outubro, com a quota mais elevada destas difusões, 34,6 %.

7. APURAMENTO SEMESTRAL E COMPARAÇÃO NO QUINQUÊNIO

7.1. PORTAL DE RÁDIO – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

Em 2022, o número de serviços inscritos no “Portal das Rádios” de quotas de música registou sete novas adesões, pelo que compreendem agora 228 registos.

FIG. 20 – NÚMERO DE SERVIÇOS INSCRITOS NO PORTAL DE RÁDIO 2018-2022



No entanto, salienta-se que a amostra analisada neste relatório não corresponde ao total de operadores inscritos na plataforma, sendo que nem todos submetem com a regularidade desejável, através da plataforma, os respetivos dados das emissões musicais mensalmente, não estando ainda prevista na Lei da Rádio tal obrigatoriedade.

Não obstante, podemos aferir, pela amostra disponível, fortes indicadores da tendência panorama musical radiofónico em Portugal.

7.2. OPERADORES LOCAIS

Reportando, de seguida, a análise dos apuramentos semestrais dos operadores locais, no último quinquénio, e comparando os valores do biénio 2021-2022, podemos assinalar o que reportamos de seguida.

FIG. 21 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 25% NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Ano	> 25 %		< 25%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	99,8	96,3	0,3	3,7
2019	98,2	98,0	1,8	2,0
2020	99,5	98,8	0,5	1,2
2021	98,9	97,6	1,1	2,4
2022	99,3 ↑	100,0 ↑	0,7 ↓	0,0 ↓

No ano em foco, a média semestral dos operadores locais que asseguram o cumprimento da quota mínima de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, foi superior ao ano anterior em 0,4p.p e 2,4p.p, no primeiro e segundo semestres, tendo em conta as percentagens apuradas, 99,3 % e 100,0 %, a mais elevada dos últimos cinco anos.

FIG. 22 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 25% ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Ano	> 25 %		< 25%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	99,5	98,0	0,5	2,0
2019	98,6	99,2	1,4	0,8
2020	98,8	97,6	1,2	2,4
2021	97,6	98,3	2,4	1,8
2022	99,3 ↑	100,0 ↑	0,7 ↓	0,0 ↓

No que se refere ao período diário de maior audiência, registaram-se valores mais elevados, nos dois semestres do último ano em estudo, em 1,7p.p, traduzindo médias de 99,3 % e 100,0 %, da mesma forma, as mais notórias dos últimos anos, o que traduz que, também nesta faixa horária, todos os operadores da amostra do segundo semestre cumpriram a designada quota mínima de 25 %.

FIG. 23 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Ano	> 60%		< 60%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	98,6	98,5	1,4	1,6
2019	98,7	98,5	1,3	1,5
2020	98,3	98,6	1,7	1,4
2021	100,0	99,3	0,0	0,7
2022	99,8 ↓	100,0 ↑	0,2 ↑	0,0 ↓

Já no que diz respeito às médias apuradas relativas à difusão de música em língua portuguesa no total da emissão, 24 horas, podemos constatar que se desviaram do valor máximo apurado período homólogo anterior, com um diferencial de -0,2p.p, em 99,8 %, que, no entanto, atingiram o seu máximo no segundo semestre de 2022, com a totalidade dos operadores da amostra a cumprirem a quota estabelecida, numa subida de 0,7p.p face a 2021, a mais elevada dos cinco anos.

FIG. 24 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Ano	> 60%		< 60%	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	98,3	98,7	1,7	1,3
2019	98,7	99,1	1,3	0,9
2020	99,1	99,6	0,9	0,4
2021	100,0	99,3	0,0	0,7
2022	99,6 ↓	99,4 ↑	0,4 ↑	0,6 ↓

Em matéria de médias de difusão de música em língua portuguesa pelos serviços de programas de cobertura local, na faixa horária entre as 7 e as 20 horas, afigura-se no primeiro semestre, um diferencial negativo de -0,4p.p, 99,6 %, seguindo-se, um ligeiramente positivo em 0,1p.p, face a 2021, tendo em conta a média apurada do segundo semestre, 99,4 %, ambas ainda assim, muito expressivas.

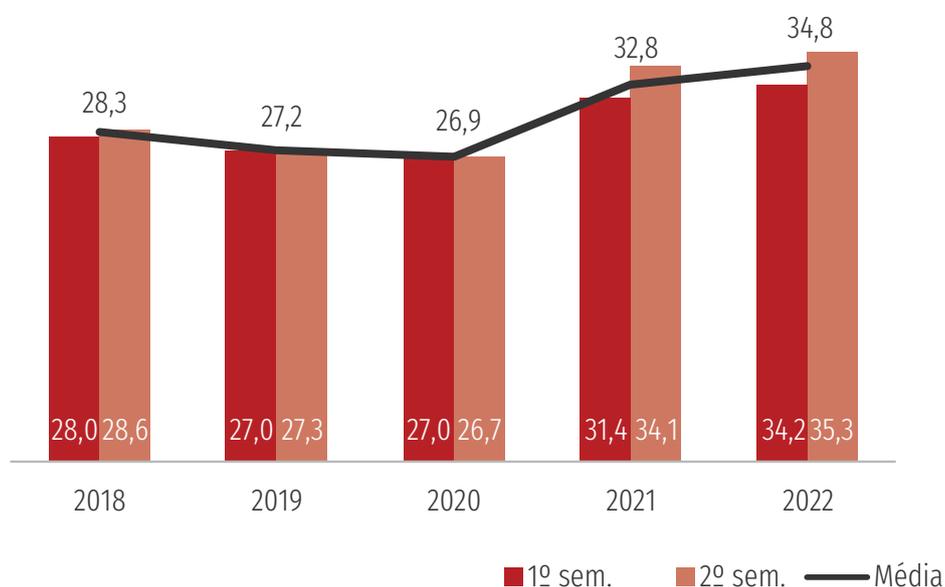
7.3. OPERADOR REGIONAL

Passando à análise dos valores semestrais do operador que detém a cobertura regional da zona sul do país, que difunde o serviço de programas temático musical M80, podemos aferir que mantém a estabilidade do cumprimento integral dos valores estabelecidos na lei.

FIG. 25 - APURAMENTO DA PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE M80 RÁDIO (2018-2022)

Ano	MÚSICA PORTUGUESA				MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA			
	24 horas		7 - 20 horas		24 horas		7 - 20 horas	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	28,0	28,6	30,0	30,5	82,4	82,2	83,1	82,7
2019	27,0	27,3	27,2	27,0	83,8	80,6	84,4	81,7
2020	27,0	26,7	26,4	25,8	79,1	78,3	80,1	79,3
2021	31,4	34,1	29,7	32,4	79,1	79,4	80,7	80,8
2022	34,2	35,3	32,5	33,5	78,8	78,9	80,1	80,4

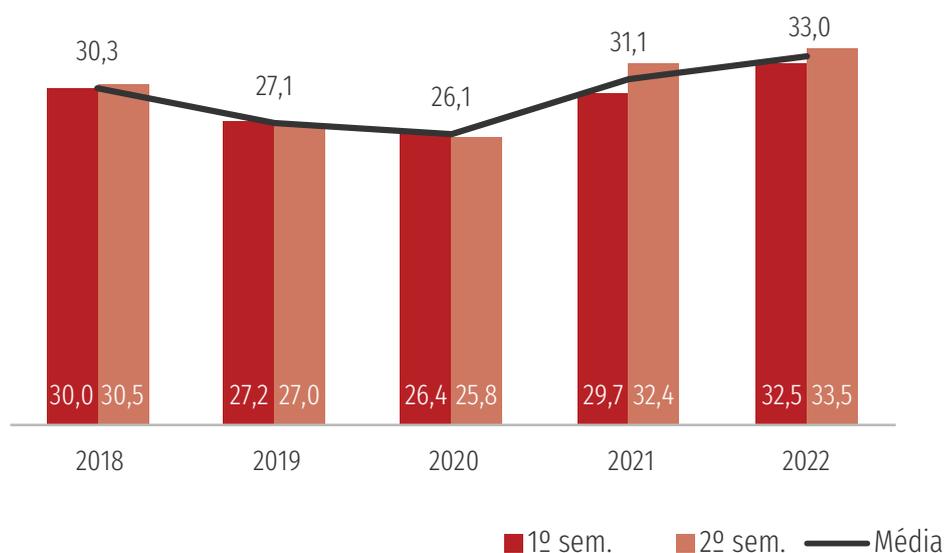
FIG. 26 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 25 % NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



As médias semestrais de música portuguesa difundidas pela M80 nas 24 horas de emissão, comparando o biénio 2021-2022, demonstram um crescimento de 2,8p.p., e 1,2p.p, apuradas as médias de 34,2 % e 35,3 %, respetivamente, em cada um dos semestres, as mais altas dos últimos cinco anos.

A média anual observada, traduzindo os valores semestrais, é também a mais relevante das observadas, num diferencial de 2,0p.p, 34,8 %.

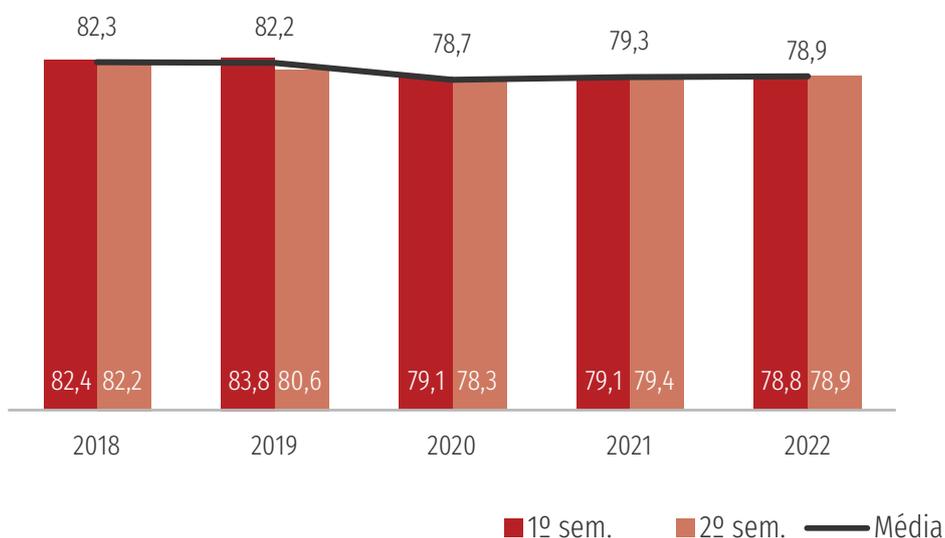
FIG. 27 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 25 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Do mesmo modo, na faixa horária entre as 7 e as 20 horas, surgem valores mais expressivos face ao período homólogo anterior, com diferenciais de 2,8p.p, no primeiro semestre na média apurada de 32,5 %, e 1,2p.p, 33,5 %, no segundo semestre, sendo igualmente as mais relevantes do quinquénio em referência.

A média anual apurada para 2022 configura da mesma forma, no período entre as 7 e as 20 horas, um valor superior ao do ano transato, mais 1,9p.p comparativamente, situando-se em 33,0 %.

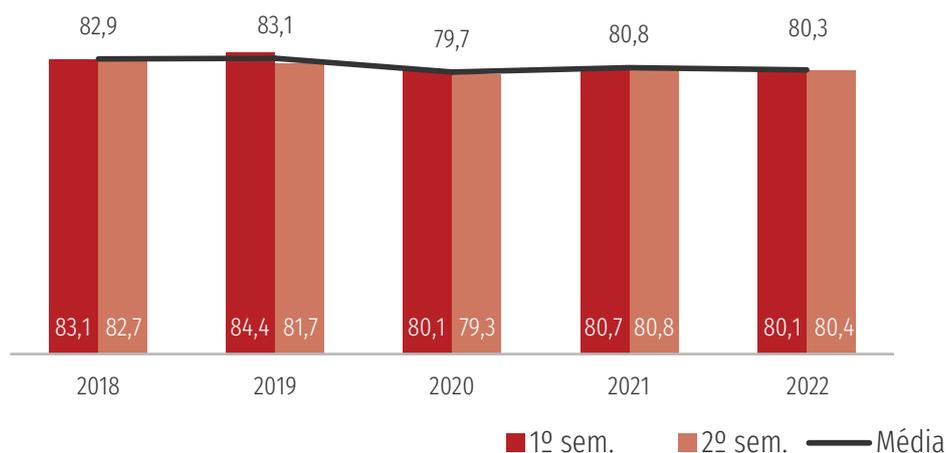
FIG. 28 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 60% NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



No que importa à percentagem média da quota de 60 % de difusão de música em língua portuguesa, os valores do último ano revelam um ligeiro desvio relativamente ao anterior, em menos 0,4p.p, na média anual apurada de 78,9 %.

No primeiro e no segundo semestre de 2022, a média apurada oscilou, 78,8 %, num desvio de -0,3p.p, e -0,5p.p, com uma média de 78,8% e 78,9 %, face ao período homólogo do ano anterior.

FIG. 29 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 60 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Do mesmo modo, no que atende ao período das 7 às 20 horas, a média observada apresenta-se inferior à do ano anterior, 2021, em -0,5p.p, apurada a média de 80,3 %.

Comparando os valores semestrais do último biênio em períodos homólogos, registou-se uma descida de 0,3p.p e de 0,5p.p, em repercussão de médias de 80,1 % e 80,4 %, respetivamente.

7.4. OPERADORES NACIONAIS

Acompanhamos neste ponto do relatório as médias anuais das quotas dos serviços de programas de âmbito nacional privados, relativas aos últimos cinco anos (2018-2022) com especial atenção nos valores do último biênio:

FIG. 30 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO (2018-2022)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2018	27,3	27,0	25,3
2019	26,0	29,3	26,3
2020	28,1	28,0	28,6
2021	31,1	29,3	34,7
2022	28,3 ↓	29,7 ↑	37,5 ↑

Em 2022, no que respeita aos serviços de programas de cobertura nacional RFM e Rádio Comercial quanto à difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão, registaram-se valores superiores aos do ano anterior, tendo a RFM um diferencial positivo de 0,4 p.p e uma média anual de 29,7 %, e a RR, 2,8p.p, com uma média anual de 37,5 %, a mais alta observada nos cinco anos.

Na Rádio Comercial constatou-se uma variação negativa -2,8p.p, no total de 28,3 % de média, ainda assim acima da quota mínima estabelecida definida na lei em 25 %.

FIG. 31 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS (2018-2021)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2018	27,3	26,5	26,3
2019	25,8	28,5	26,7
2020	26,9	26,9	29,0
2021	31,0	29,1	33,9
2022	31,9 ↑	29,2 ↑	36,6 ↑

No que respeita ao período das 7 às 20 horas, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa apresentam-se superiores no último ano, na Rádio Comercial em 0,9p.p, numa percentagem média de 31,9 %, na RFM 0,1p.p com 29,2 %, e a RR em 2,7p.p, num valor de média anual de 36,6 %, superando novamente as médias observadas nos cinco anos em referência.

Salienta-se ainda a média anual de difusão de temas em língua portuguesa, por cidadãos da União Europeia, desta forma, reportando as difusões musicais no período das 24 horas de emissão.

FIG. 32 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO (2018-2022)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2018	75,9	73,5	83,6
2019	73,9	61,5	89,3
2020	78,2	73,4	93,4
2021	84,3	75,0	89,1
2022	84,6 ↑	76,7 ↑	89,9 ↑

Atentos os números supra apresentados, uma vez mais, podemos aferir que os três serviços de programas nacionais apresentam, em 2022, apuramentos de médias anuais mais elevadas de música em língua portuguesa, constatando-se que a Rádio Comercial assinala um diferencial positivo de 0,3p.p, e a média de 84,6 %, e a RFM de 1,7 p.p, registando a média de 76,7 %.

A RR volta a destacar-se com a média mais alta de difusões em língua portuguesa dos três serviços de programas em apreciação, 89,9 %, e uma variação positiva de 0,8p.p, sendo que, no entanto, ainda não superou a média de 2020, a mais elevada até agora (93,4 %).

FIG. 33 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS (2018-2022)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2018	75,6	73,4	83,2
2019	74,7	59,4	89,1
2020	78,2	71,2	93,2
2021	85,1	74,0	89,0
2022	84,8 ↓	76,6 ↑	89,8 ↑

Ainda no que respeita à programação emitida entre as 7 e as 20 horas, podemos aferir que a RFM e a RR cresceram face ao ano anterior, 2,6p.p, configurando, uma média de 76,6 % e 0,6p.p, uma média anual de 89,8 %, respetivamente, cabendo à RR, tal como em anos anteriores, a percentagem mais alta dos operadores privados em referência.

A Rádio Comercial não obstante um diferencial de -0,3p.p face ao ano anterior, ostenta um valor bastante substancial 84,8 %, apenas inferior ao do ano anterior, no que respeita aos últimos cinco anos.

FIG. 34 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA RECENTE (2018-2022)

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
2018	48,0	62,6	8,5
2019	53,8	60,9	13,4
2020	63,2	51,5	29,5
2021	57,3	49,4	24,2
2022	55,5 ↓	48,5 ↓	29,5 ↑

Por último, no que se refere à música recente, verifica-se nos serviços nacionais um decréscimo dos valores das médias anuais observadas, embora se mantenham bastante elevados na Rádio Comercial e RFM: 55,5 %, com um desvio de -1,8p.p, e 48,5 %, -0,9p.p., respetivamente, face ao ano anterior.

A RR, no que respeita à média apurada de música recente, ainda abaixo do que seria expetável, baixa, situando-se em 29,5%, no entanto, com uma variação positiva de 5,3p.p face ao ano anterior, o que demonstra uma maior promoção da música recente na programação musical deste serviço de programas.

8. REGIME DE EXCEÇÃO

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

O Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, estabelece que apenas os serviços classificados como temáticos musicais podem requerer a isenção das quotas previstas na lei, cujo modelo de programação em vigor, e conforme projeto aprovado, corresponda aos géneros musicais de produção insuficiente, identificados no referido diploma.

Nos termos do n.º 2 do art.º 45.º da Lei da Rádio, compete à ERC a determinação dos serviços de programas temáticos musicais abrangidos pela isenção e a adoção de critérios a seguir para efeitos da respetiva qualificação.

Em 2019, foi elaborado o Relatório de consulta pública referente ao Projeto de Regulamento de alteração do Regulamento relativo às “Quotas de música portuguesa – Regime de exceção”, pela Deliberação ERC/2019/142 (OUT-R), de 15 de maio.

A ERC tem contado com a colaboração da AFP-Associação Fonográfica Portuguesa/Audiogest, pela disponibilização de listas descritivas das obras musicais editadas pelas suas associadas anualmente, segmentadas pelos géneros musicais, dentro dos critérios que têm vindo a ser adotados, constituindo orientação que, na ausência de maior definição normativa, a ERC tomará em conta para prosseguir no curto prazo com este trabalho.

Tendo por base a informação disponibilizada pelas entidades referenciadas, está em curso pela ERC, a análise da evolução do mercado discográfico nacional nos últimos cinco anos, 2018-2022, para melhor contextualização do panorama musical atual.

Assim sendo, de acordo com a aplicação das normas existentes no Regulamento n.º 495/2008, de 28 de agosto, os géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa são Hip hop/Rap/Urbana, Infantil, Jazz/Blues *Dance* e Clássica.

FIG. 35 – LISTA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE PROGRAMAS TEMÁTICOS MÚSICAIS

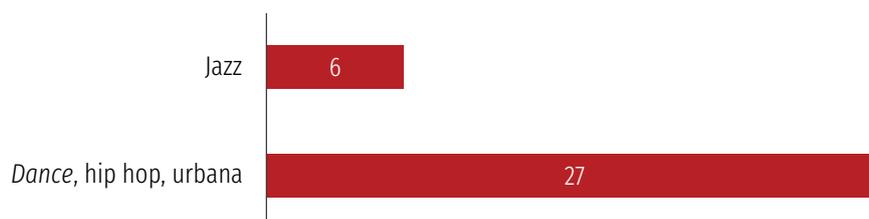
Serviço de programas	Concelho/Região	Isenção	Cobertura
CAPSAO	Sobral de Monte Agraço	Sem isenção	Local
Cidade FM - Vale de Cambra	Vale de Cambra	Hip-hop, rap, urbana	Local
Cidade FM Alentejo	Redondo		
Cidade FM Algarve	Loulé		
Cidade FM Centro	Penacova		
Cidade FM Lisboa	Lisboa		
Cidade FM Minho	Amares		
Cidade FM Ribatejo	Alcanena		
Cidade FM Tejo	Montijo		
Rádio Satélite	Vila Nova de Gaia		
Cidade FM Viseu	Viseu		
Kiss FM	Albufeira	<i>Dance</i> , hip-hop, urbana	Local
M80 Rádio	Sul		Regional
M80 Aveiro	Aveiro	Sem isenção	Local
M80 Bragança	Bragança		
M80 Coimbra	Coimbra		
M80 Leiria	Leiria		
M80 Manteigas	Manteigas		
M80 Minho	Fafe		
M80 Penalva do Castelo	Penalva do Castelo		
M80 Planalto	Mogadouro		
M80 Porto	Porto		
M80 Sabugal	Sabugal		
M80 Valongo	Valongo		
M80 Vila Real	Vila Real		
Mega Hits	Lisboa		
Mega Hits - Coimbra	Coimbra		
Mega Hits Braga	Braga		
Mega Hits Rio Maior	Rio Maior		
Mega Hits Viseu	Viseu		
Mega Hits Aveiro	Aveiro		
Mega Hits Porto	Gondomar		
Mega Hits Sintra	Sintra		
Nove3cinco	Póvoa de Lanhoso	<i>Dance</i> , Rap, Urbana, Hip-hop	Local
Oxigénio	Oeiras	<i>Dance</i> , Urbana	Local
Radar	Almada	Sem isenção	Local
Rádio 5 FM	Espinho	Sem isenção	Local
Rádio 5FM (Póvoa do Varzim)	Póvoa do Varzim		
Rádio Amália de Setúbal	Setúbal	Sem isenção	Local
Rádio Amália FM	Loures		
Rádio Clube de Monsanto	Idanha-a-Nova		

FIG. 35 – LISTA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE PROGRAMAS TEMÁTICOS MÚSICAIS

Serviço de programas	Concelho/Região	Isenção	Cobertura
Rádio D. Bosco FM	Lamego Trancoso	Sem isenção	Local
Rádio Independente de Aveiro	Aveiro	<i>Dance</i> , Rap, Hip-hop	Local
Rádio Marginal	Cascais	Jazz/Blues	Local
Rádio MEO SW	Almada Gondomar	Sem isenção	Local
Rádio Nova	Porto	Jazz, Soul, Hip-hop, Urbana	Local
Rádio Nova Era (Paredes)	Paredes	<i>Dance</i> , eletrónica	Local
Rádio Nova Era (Vila Nova de Gaia)	Vila Nova de Gaia		
Rádio Orbital	Loures	<i>Dance music</i>	Local
Rádio Positiva	Oeiras	Sem isenção	Local
Rádio SBSR	Matosinhos Lisboa	Sem isenção	Local
Rádio Voz da Raia	Penamacor	Sem isenção	Local
RES FM	Alpiarça	<i>Dance music</i>	Local
Smooth FM	Barreiro		Local
Smooth FM Figueiró	Figueiró dos Vinhos		Local
Smooth FM Lisboa	Lisboa	Jazz	Local
Smooth FM Matosinhos	Matosinhos		Local
Smooth FM Santarém	Santarém		Local
Top FM	Sever do Vouga	Sem isenção	Local
Rádio Lidador (Vodafone FM)	Maia		
Vodafone FM	Amadora	Sem isenção	Local
Vodafone FM Cantanhede	Cantanhede		
Vodafone FM Moita	Moita		

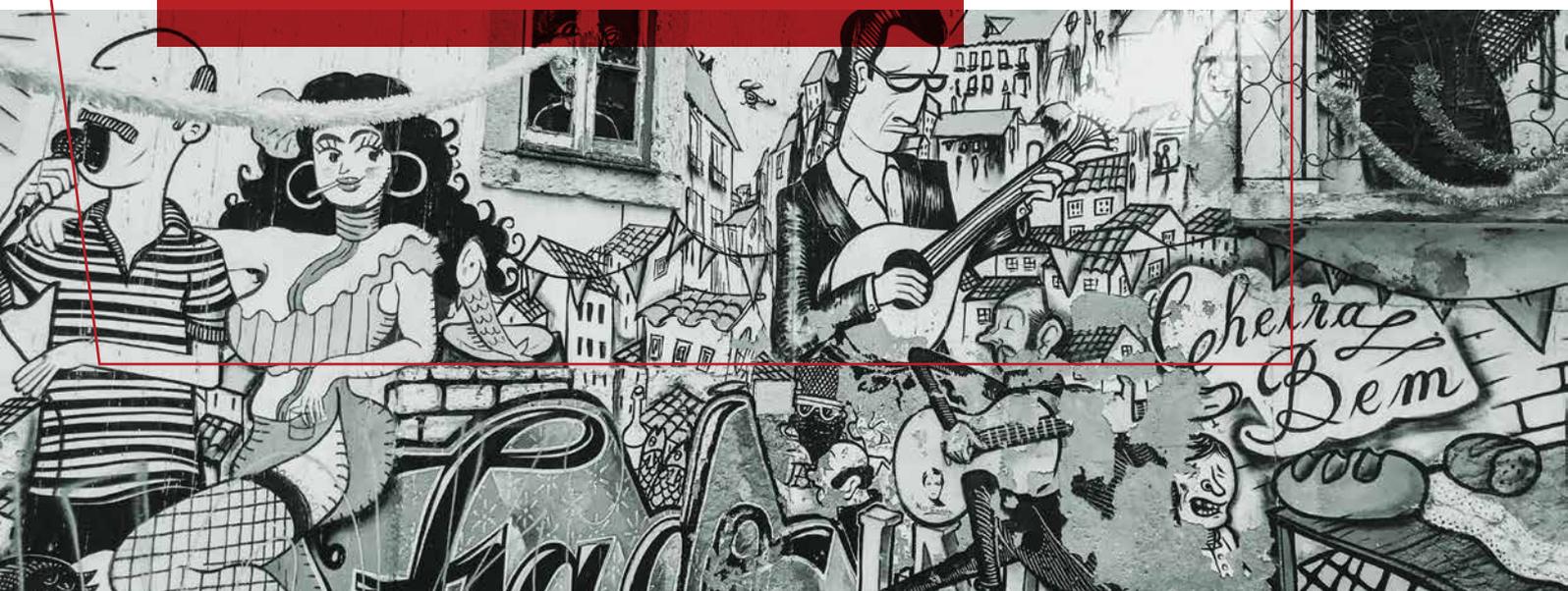
Nota: os serviços assinalados a sombreado requereram isenção do cumprimento de quotas de música portuguesa, ao abrigo do Regime de Exceção.

FIG. 36 – N.º DE SERVIÇOS TEMÁTICOS MÚSICAIS ISENTOS E GÉNEROS MÚSICAIS



Ao abrigo do regime de exceção, mantendo-se as isenções dos serviços de programas de anos anteriores, conservam a isenção do cumprimento de quotas o mesmo número de serviços de índole temática musical, 33, dos quais, seis direccionaram o projeto musical para a difusão de música Jazz, e para a música Hip-hop/Rap/Urbana e *Dance*.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA - SERVIÇO PÚBLICO



1. VISÃO GLOBAL

Em 2022, no que respeita à difusão de música portuguesa na Antena 1, podemos concluir, a partir da análise dos dados enviados pelo operador, que o primeiro canal de serviço público de radiodifusão sonora cumpriu as disposições legais previstas no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h, sempre acima de 70 % e em alguns casos superando 80 %.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal foi superior a 90 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, contando com uma média em 2022, de 90,1 % no período da emissão de maior audiência (7-20h).

No que se refere à obrigatoriedade de difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, os apuramentos no ano em estudo, evidenciam uma quota mensal quase sempre superior a 40 %.

No que respeita à Antena 3, no domínio da música portuguesa, salientam-se quotas mensais em percentagens superiores a 50 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou valores quase transcendem 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas.

No decorrer de 2022, a Antena 3 assinalou uma quebra na difusão de música recente face à observada em anos anteriores, nomeadamente a partir do terceiro trimestre deste ano, sendo que no mês de fevereiro foi visto o valor mais alto, 74,1 %, não obstante no segundo semestre, a média apurada de música nova foi de 56,0 %, ainda assim mantendo relevância na programação musical da Antena 3.



2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente relatório tem como objetivo a análise dos serviços de programas radiofónicos Antena 1 e Antena 3, da concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

A presente avaliação decorre das obrigações impostas pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), que estabelece que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do artigo 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

A mesma análise não integra o serviço de programas Antena 2, considerando que é um serviço temático orientado para a música clássica, género abrangido pelo regime de isenção de cumprimento de quotas de música.

Da mesma forma, está sujeito à disposição do artigo 44.º da Lei da Rádio que estabelece a obrigação de emissão de uma quota de 35 % de música recente, editada nos últimos 12 meses.

No que respeita à Antena 3, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), passou a incluir a obrigação de difundir a quota mínima de 50 % no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem. A fiscalização, nos termos da Cláusula 31.ª, n.º 1, é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

Nos termos da Lei da Rádio, no que diz respeito à Antena 3, incumbe à ERC (Cf. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, de 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 7 e as 20 horas.

O presente relatório compara ainda apuramentos médios semestrais dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, respeitantes ao quinquénio 2018-2022.

3. METODOLOGIA

Os dados analisados resultam da validação feita pela ERC da informação rececionada no “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento de quotas de música portuguesa, implementado pela ERC.

O cômputo das percentagens é efetuado mensalmente, por via dos dados submetidos na plataforma respetiva e tem como base o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior, tal como designa a Lei da Rádio.

Os elementos introduzidos pelo operador concessionário do serviço público, no “Portal das Rádios” e rececionados pela ERC por esta via automática, contempla as seguintes vertentes estatuídas na Lei da Rádio:

3.1. PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 1:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

3.2. TERCEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 3:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60% apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. ANTENA 1

4.1. CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da programação musical difundida.

A obrigação de emissão de 60 % de música portuguesa é apurada, ainda, com referência ao período entre as 7h e as 20h, nos termos do artigo 42.º conjugado com o n.º 2 do artigo 47.º da Lei da Rádio.

FIG. 1 - DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA (VALORES EM %)

Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	76,9	81,5	82,6	82,0	80,5	80,0	78,1	79,0	80,1	80,0	79,3	78,5
7-20h	72,5	71,9	73,8	74,6	71,8	72,5	71,4	73,1	72,9	70,6	70,5	70,8

Em presença dos valores apurados supra representados, podemos concluir que a Antena 1 reafirma a música portuguesa como fator primordial na sua programação, quer no período das 24 horas, quer no período de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, revelando percentagens sempre superiores a 70 %, e mesmo 80 %, com máximos nos meses de março, 82,6 %, e abril, 74,6 %, respetivamente nos dois períodos horários em referência.

A Antena 1 mantém, assim, resiliência nas percentagens apuradas de difusão de música portuguesa nos dois períodos horários contidos na lei, cumprindo e apresentando valores superiores aos delineados para o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público.

FIG.2 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2022 (VALORES EM %)

Ano	24h		7-20 horas	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	76,9	76,0	76,0	74,5
2019	75,1	74,2	72,9	72,1
2020	73,8	72,9	72,2	71,4
2021	76,3	74,4	73,2	73,0
2022	80,6	79,2	72,9	71,6

No que respeita aos apuramentos semestrais provenientes de os últimos dois anos, ainda respeitantes à difusão de música portuguesa, regista-se um crescimento no período das 24 horas, e pelo contrário a um decréscimo no período das 7-20 horas, face a 2021.

No primeiro e no segundo semestres do último ano, tendo como referência os valores apurados no ano anterior, verificam-se subidas de 4,3p.p. e 4,8p.p., numa média observada de 80,6 % e 79,2 %, no período das 24 horas de emissão.

Já no que respeita à faixa horária das 7 às 20 horas, assistiu-se a uma variação de -0,3p.p. e -1,4p.p., atentas as médias observadas de 72,9 % e 71,6 %, respetivamente nos dois semestres do último ano.

É possível constatar nos dois períodos da emissão, a grande prevalência da música portuguesa, que se traduz em valores bastante superiores à quota mínima definida na lei para o primeiro serviço do operador de serviço público.

4.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

FIG.3 - DIFUSÃO DE MÚSICA COMPOSTA POR CIDADÃOS DA UE (VALORES EM %)

Período horário	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	91,8	93,8	93,5	93,3	93,9	93,3	93,0	92,0	90,8	92,3	91,6	92,3
7-20h	91,5	91,6	90,1	90,5	91,3	90,9	90,8	90,4	87,8	88,4	87,8	89,2

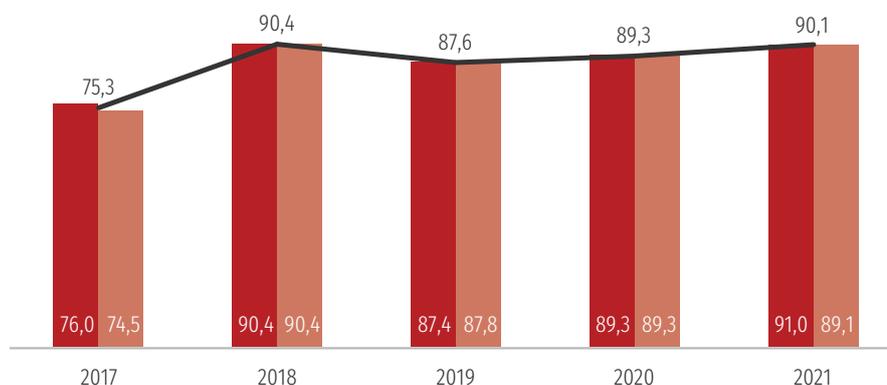
Em 2022, A Antena 1 apresenta percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa muito elevados, mais notório em maio, 93,9 %, nas 24 horas de emissão, e em fevereiro, 91,6 %, desta forma na faixa horária 7-20h.

FIG. 4 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2022 (VALORES EM %)

Ano	24h		7-20 horas					
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem				
2018	89,1	91,0	76,0	74,5				
2019	90,7	90,4	90,4	90,4				
2020	87,5	87,1	87,4	87,8				
2021	88,5	89,3	89,3	89,3				
2022	93,3	↑	92,0	↑	91,0	↑	89,1	↓

A Antena 1, no período total da emissão em matéria de difusão de música em língua portuguesa, comparando os últimos dois anos, registou médias de 93,3 % e 92,0 %, variando em 4,8p.p. e 2,7p.p., oferecendo-se assim mais altas em 2022.

FIG. 5 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA NO PERÍODO 7-20H (VALORES EM %)



No que respeita à música em língua portuguesa difundida no período 7-20h, podemos aferir do mesmo modo, no primeiro semestre de 2022, uma subida de 1,7p.p., com uma média de 91,0 %, a mais alta observada neste quinquénio, e um ligeiro desvio de -0,2p.p., no segundo semestre, com média situada em 89,1 %.

O valor resultante do apuramento anual da Antena 1 na componente musical de língua portuguesa no período da emissão de maior audiência foi igualmente relevante, 90,1 %, apenas tendo sido superior no ano 2019, 90,4 %.

4.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

A Lei da Rádio estabelece ainda que 35 % das composições portuguesas difundidas sejam temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, conforme resulta do artigo 44.º da Lei da Rádio.

FIG. 6 - DIFUSÃO DE MÚSICA RECENTE (VALORES EM %)

Ano	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2018	49,4	47,5	50,8	59,6	59,3	54,4	53,6	50,8	52,0	59,8	59,1	60,3
2019	52,1	51,7	54,5	56,5	53,4	46,5	45,4	44,9	47,5	50,8	48,6	51,9
2020	47,8	52,6	51,2	46,4	40,3	39,6	41,2	39,2	41,5	44,6	41,5	41,1
2021	34,6	39,9	45,1	45,7	46,8	42,8	43,6	39,9	41,4	43,2	44,7	46,7
2022	43,9	45,6	49,3	47,9	45,3	46,2	46,2	42,1	43,9	43,4	39,4	40,4

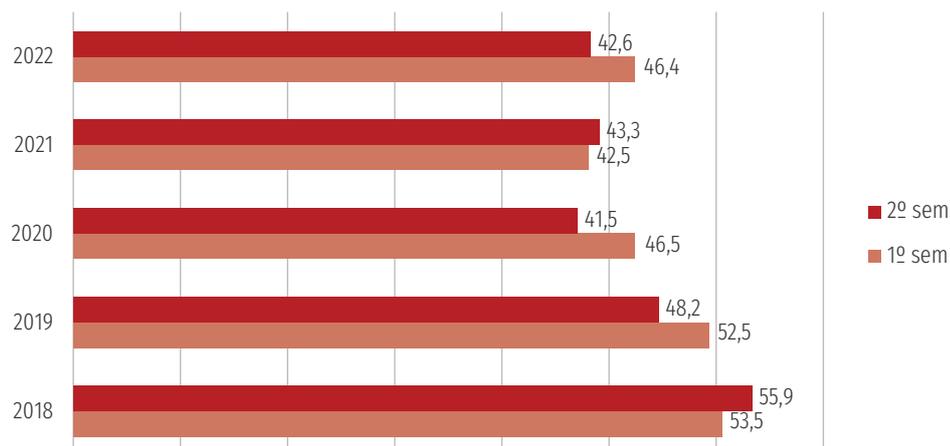
No que importa à música recente, as quotas observadas revelam-se superiores ao valor mínimo estabelecido de 35 %, com maior expressividade no mês de abril, 49,3 %, o que reflete a contínua difusão de obras musicais atuais no primeiro canal do operador de serviço público.

FIG.7 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2022 (VALORES EM %)

Ano	24h	
	1º sem	2º sem
2018	53,5	55,9
2019	52,5	48,2
2020	46,5	41,5
2021	42,5	43,3
2022	46,4	42,6

A evolução comparativa do último biénio no que respeita à música nova, reflete uma subida de 3,9p.p. no primeiro semestre de 2022, com média de 46,4 % de música recente, já no segundo, com uma variação de -0,7p.p., situando-se a média em 42,6 %, que ainda assim se considera bastante relevante.

FIG.8 EVOLUÇÃO COMPARATIVA - QUINQUÉNIO 2018-2021 (VALORES EM %)



Podemos, no entanto, observar que os apuramentos mais altos de música recente ocorreram ainda no ano 2018, tendo reservado a Antena 1 valores superiores a 50 % de música recente neste ano.

5. ANTENA 3

5.1. CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP – Antena 3 – não encontra na Lei da Rádio nenhuma disposição específica tal como acontece para a Antena 1, apenas o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.^a, alínea b), que passou a incluir, desde 2015, a obrigação, nos termos do artigo 41.^o, n.º 1, da Lei da Rádio, da difusão da quota mínima de 50 %.

Sucedem-se, desta forma, os apuramentos da quota de música portuguesa, da subquota de 60 %, preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, e da quota de 35 % de música recente.

Procede-se à análise, neste ponto do relatório, da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão (Cf. artigo 41.^o Lei da Rádio).

FIG.9 - DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA - QUOTA DE 25 % (VALORES EM %)

Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	54,5	54,0	53,3	49,3	46,4	52,9	49,8	50,2	51,0	50,6	50,3	50,3
7-20h	55,0	54,6	53,8	49,5	47,3	53,8	50,1	51,1	51,4	51,1	50,5	50,1

Conforme refletido na Figura 9, a Antena 3, não obstante as no período das 24 horas de emissão e 7-20h, manifestou valores de difusão de música portuguesa na maior parte do ano, que se traduziram em quotas superiores a 50 %.

Os exemplos mais notórios surgem logo no mês de janeiro, com as percentagens mais altas, 54,5 % e 55,0 % em cada um dos períodos horários analisados.

FIG.10 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2022 (VALORES EM %)

Ano	24h		7-20 horas	
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem
2018	52,0	52,3	52,2	52,7
2019	52,4	52,4	52,9	52,6
2020	52,5	53,1	52,7	53,6
2021	53,0	53,7	53,4	54,1
2022	51,7 ↓	50,4 ↓	52,3 ↓	50,7 ↓

No que respeita aos valores semestrais apurados neste quinquênio, podemos constatar que a Antena 3 sofreu oscilações nos valores agora observados. Comparando os números do último biénio, a Antena 3, no período das 24 horas de emissão, registou variações de -1,3p.p. e -3,3p.p. nos dois semestres, com a média observada de 51,7 % e 50,4 % respetivamente.

Da mesma forma, no período entre as 7-20h, configuraram em cada um dos semestres, variações de -1,1p.p. e -3,4p.p., com as médias observadas de 52,3 % e 50,7 %, ainda assim um patamar superior a 50 %.

5.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

O terceiro serviço de programas da concessionária de serviço público obedece da mesma forma à obrigação de difusão de preenchimento da quota de 25 % de música portuguesa com, pelo menos, 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa (Cf. artigo 43.º).

FIG. 11 - DIFUSÃO DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA - SUBQUOTA DE 60 % (VALORES EM %)

Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	67,3	67,2	69,3	67,7	62,6	64,2	64,8	61,6	65,3	67,8	68,6	69,9
7-20h	66,6	67,0	68,4	67,3	61,7	65,2	65,0	61,0	65,3	68,2	69,1	70,1

No que importa ao apuramento da quota de música em língua portuguesa, a Antena 3 certificou e superou a quota de 60 % destas difusões musicais, em pleno cumprimento e mesmo excedendo o valor previsto na lei.

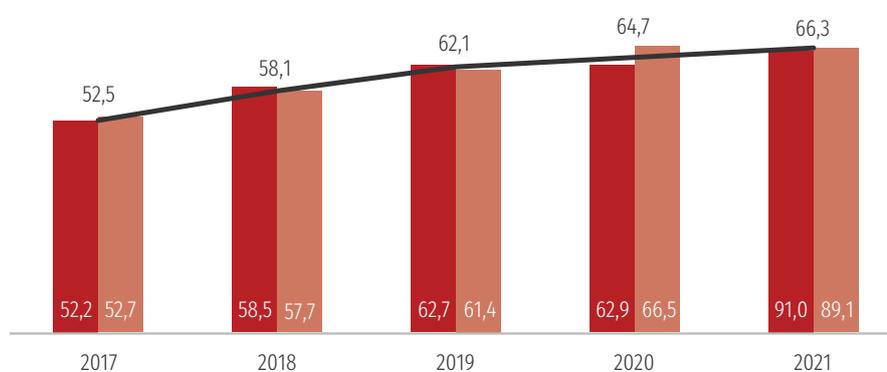
Conforme demonstra a Figura 11, o mês de dezembro expressa o valor mais significativo do ano, 69,9 % e 70,1 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período de maior audiência, das 7 às 20 horas.

FIG.12 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2021 (VALORES EM %)

Ano	24h		7-20 horas		
	1º sem	2º sem	1º sem	2º sem	
2018	49,7	54,5	52,2	52,7	
2019	58,5	57,7	58,5	57,7	
2020	62,6	61,5	62,7	61,4	
2021	63,1	66,9	62,9	66,5	
2022	66,4	66,3	66,0	66,5	=

Comparando ainda os valores apurados no mais recente biênio de música em língua portuguesa, verificou-se na antena 3, no primeiro semestre, uma subida de 3,3p.p. e 3,1p.p., nas duas faixas horárias referenciadas, já no segundo, uma variação de -6,0p.p. nas 24 horas, mantendo-se idêntico o valor faixa horária 7-20h, 66,5 %.

FIG.13 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2021 NO PERÍODO 7-20H (VALORES EM %)



Conforme ilustra a Figura 13, a média anual de difusão de música em língua portuguesa apurada em 2022, resulta ainda superior à do ano anterior, sendo a mais alta dos cinco anos, 66,3 %.



5.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRÁFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

O serviço de programas Antena 3 encontra-se, da mesma forma, obrigado ao cumprimento do estabelecido no artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de 25 % deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

FIG.14 - MÚSICA RECENTE (VALORES EM %)

Ano	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2018	71,1	78,2	79,1	78,7	74,4	77,4	79,0	80,1	77,3	76,4	77,4	77,5
2019	77,0	74,4	77,5	77,9	77,4	78,9	80,4	77,6	74,1	73,4	77,3	78,8
2020	79,0	79,6	81,5	82,4	78,6	79,9	79,5	77,4	78,1	76,4	74,6	76,7
2021	77,1	76,5	75,0	74,7	75,4	77	79,1	76,6	74,5	71,1	71,1	72,8
2022	73,9	74,7	72,1	60,0	53,9	56,4	55,2	57,3	56,3	56,0	53,9	57,4

Os valores acima demonstrados permitem concluir que as percentagens de música recente neste serviço de programas, foram superiores no primeiro trimestre de 2022, assinalando fevereiro o valor mais alto, 74,7 %, ao que se segue uma quebra significativa nos meses seguintes. No entanto, a Antena 3 termina o ano com uma quota de música nova de 57,4 %, ainda assim bastante relevante na programação musical.

Esta é uma tendência evidente que se mantém de anos anteriores, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35 %.

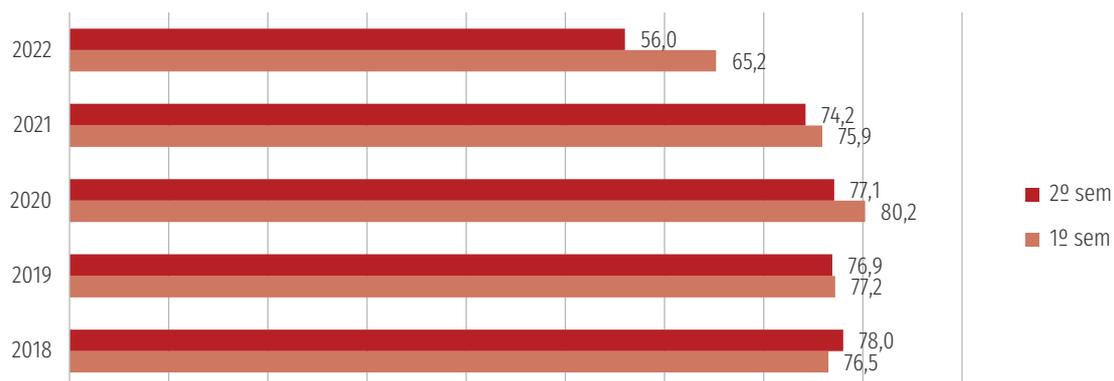
Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de 25 % de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, demonstrando os apuramentos efetuados a grande relevância da música enquadrável na linha musical e editorial da Antena 3, direcionada a um público mais jovem e na promoção de novos talentos artísticos nacionais.

FIG.15 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2018-2022 (VALORES EM %)

Ano	24h	
	1º sem	2º sem
2018	76,5	78,0
2019	77,2	76,9
2020	80,2	77,1
2021	75,9	74,2
2022	65,2	56,0

Como já foi possível constatar, tendo presentes as quotas semestrais apuradas no último biênio, ocorreu uma quebra algo significativa na difusão de música recente no total da emissão da Antena 3, com uma variação de -10,7p.p. e -18,2p.p., face ao período homólogo anterior, no entanto mantendo médias bastante expressivas no que atende à música nova.

FIG.16 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA - QUINQUÉNIO 2018-2022 (VALORES EM %)



A Figura 16 permite ilustrar a variação ocorrida na difusão de música recente da Antena 3, nomeadamente no segundo semestre de 2022, ainda assim, em muito superior a 50 % do total da sua programação musical.



VOLUME II

TELEVISÃO

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



1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo tem como principal objetivo verificar o cumprimento dos princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2022 pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabo) CMTV, e pela RTP3, serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

A análise da programação televisiva parte do entendimento de que a diversidade da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões de pluralismo – entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto conjunto de valores, opiniões e pontos de vista, de informações e de conteúdos, representando os múltiplos interesses sociais, políticos, culturais, económicos, etc.

A análise realizada estrutura-se a partir das obrigações gerais de programação fixadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP). Além desse referente comum à análise de todos os serviços de programas analisados, no caso dos serviços de programas do operador público de televisão também se considera o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de 6 de março de 2015. Em relação à SIC e à TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão¹ e no caso da CMTV é também enquadrada pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial.²

1 Para enquadrar as obrigações destes serviços de programas, são relevantes os seguintes documentos:

- **Deliberação 1-L/2006, de 20 de junho** (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e TVI);
- **Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro** (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo TVI);
- **Deliberação 1/LIC-TV/2012, de 30 de outubro** (primeira avaliação intercalar da licença da SIC, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro** (primeira avaliação intercalar da licença da TVI, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2028/268, de 19 de dezembro** (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2028/269, de 19 de dezembro** (segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional TVI - quinquénio 2012-2016, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2021/300 (LIC-TV)** referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador SIC (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido;
- **Deliberação ERC/2021/301 (LIC-TV)**, referente à 2.ª Renovação da licença para o exercício da atividade de televisão do operador TVI (2007-2021), nos termos dos artigos 22.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

2 Para enquadrar as obrigações deste serviço de programas são também relevantes:

- **Deliberação 6/AUT-TV/2012**, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV);
- **Deliberação ERC/2018/48 (AUT-TV)**, de 5 de abril (Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas CMTV, nos termos do artigo 23.º, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido);
- **Deliberação ERC/2023/253 (AUT-TV)** – de 5 de julho (Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas Correio da Manhã TV, nos termos do artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

A identificação dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação é a principal forma de caracterizar a oferta de um operador televisivo, permitindo verificar a amplitude de tipos de programas que cada serviço de programas disponibiliza aos seus públicos. Ainda que a apreciação da diversidade da oferta televisiva não se esgote na análise de *géneros televisivos*, esta estratégia metodológica de caracterização continua a ser, no entendimento da ERC, a que melhor reflete as obrigações a que, em matéria de diversidade de programação, estão sujeitos os operadores em apreço.

A *diversidade* é aferida, primeiramente, pela identificação dos *macrogéneros* e *géneros* que, à luz da grelha adotada, melhor permitem caracterizar cada um dos programas transmitidos. É também identificada a *função* de programação predominante em cada programa, na medida em que a LTSAP também estabelece como princípio geral que os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, devem contribuir para a informação, formação e entretenimento dos públicos.³

Além da diversidade global das grelhas de emissão, que abrange o escrutínio dos conteúdos disponibilizados no *horário nobre* (20h00-22h59) de cada um dos serviços de programas generalistas, um olhar mais fino perpassa a programação *informativa*, *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento*, assim como aquela destinada à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários no contexto nacional, de modo a perceber como estes elementos específicos de programação são integrados nas grelhas de emissão de 2022.

A análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores: a duração global (volume de horas de emissão) e a frequência de exibição (número de edições de programas) desses *géneros televisivos* ao longo do ano, privilegiando-se o primeiro, mas recorrendo ao segundo sempre que a avaliação incida numa norma quantificada.

Sendo um serviço de programas generalista, a CMTV também está sujeita ao compromisso de providenciar uma oferta televisiva diversa e plural, razão que justifica a decisão de analisar a sua programação de forma mais sistemática.

Desde o início que a análise deste serviço de programas se tem deparado com a dificuldade em distinguir as partes autónomas da grelha de programação, em conformidade com o conceito de programa adotado pela ERC a partir da definição apresentada na Lei da Televisão.

De acordo com este diploma, «os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas técnicas e artísticas» - o que, não raras vezes, é omissivo no caso da CMTV. À dificuldade em identificar a unidade de análise, ou seja, o programa devidamente delimitado por elementos formais, juntam-se interrupções na emissão e alguma inconstância na duração das edições ou episódios de um mesmo programa.

Uma vez que a emissão da CMTV continua a desafiar a lógica unitária e sequencial que se observa em serviços de programas com unidades de programação mais estáveis, padronizadas e formalmente íntegras, mantém-se que os dados recolhidos relativamente à frequência de programas não seriam suficientemente fíaveis, optando-se por não apresentar o indicador “número de programas”.

No total dos seis serviços de programas analisados foram contabilizadas:

- RTP1 – 6914h00m45s de emissão, correspondentes a 6681 programas;
- RTP2 - 8464h04m46s, correspondentes a 28 539 programas;
- SIC – 6468h55m42s de emissão, correspondentes a 6292 programas;
- TVI - 6275h03m11s, correspondentes a 6787 programas;
- CMTV - 7373h11m33s;
- RTP3 - 8302h32m05s, correspondentes a 13 329 programas.

Além dos dados apresentados no presente capítulo, em anexo são disponibilizadas tabelas com dados desagregados que complementam e permitem aprofundar algumas das leituras e análises.

³ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro), artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

2. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ÂMBITO NACIONAL

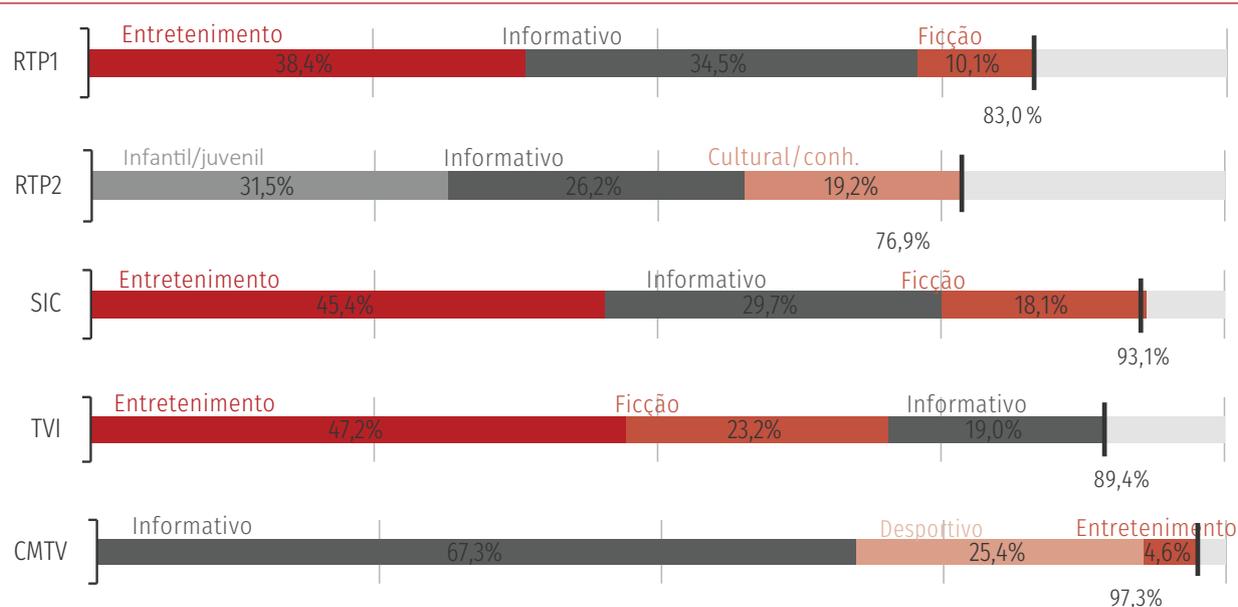
RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV⁴

- Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma **programação diversificada** e dirigida à **globalidade do público**;
- Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados: Contribuir para a **informação, formação e entretenimento** do público;
- Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional: Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma programação diversificada e plural.

DIVERSIDADE E (MACRO)GÉNEROS DOS PROGRAMAS EMITIDOS

No presente ponto do capítulo, pela análise da diversidade de *géneros* exibidos, pretende-se dar conta das especificidades de programação de cada um dos serviços de programas generalistas nacionais contemplados no relatório – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV –, de modo a obter uma visão geral da amplitude e do pluralismo das suas grelhas de emissão em 2022.

FIG. 1 - MACROGÉNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO), POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)



⁴ LTSAP, artigo 8.º, n.º 2; artigo 9.º, n.º 1, alínea a) e artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

RTP1

- O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às **realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa**, conceder especial relevo: à informação; ao **entretenimento** de qualidade e de expressão originária portuguesa; à transmissão de caráter cultural; à **sensibilização dos telespectadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos**;
- Assegura a cobertura de manifestações que constituam **fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva**;
- Visa o grande público, pelo que deve incluir **programas de entretenimento**, dando especial relevo a **formatos diferenciadores face os serviços comerciais existentes no mercado, cujos padrões de criatividade**, acessibilidade, responsabilidade ética, **respeito pela dignidade humana** e pelas **minorias** possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista;
- Espaços de **entretenimento** que promovam a **integração das gerações e grupos sociais**, favoreçam o **contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional** e entre eles e as **comunidades residentes no estrangeiro** e **valorizem a língua e a cultura portuguesas** e a coesão nacional;
- Espaços de **entretenimento** com **preocupação formativa** que contribuam para a **promoção da cultura geral** e da **abertura ao conhecimento**.⁵

Em 2022, a RTP1 exibiu um total de 6681 programas, que perfizeram 6914h00m45s de emissão, distribuídos por 33 géneros da grelha utilizada na presente análise.

Em termos horários, os formatos de *entretenimento* (38,4 %) foram os mais representados na RTP1, seguidos de perto pelos conteúdos de *informação* (34,5 %). O terceiro macrogénero mais exibido corresponde, em volume horário, a programas de ficção.

Em matéria de diversidade, recai especificamente sobre a RTP1 a obrigação de apresentar conteúdos que atendam às diferentes realidades do território, que cubram manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional institucional, cívica, social, cultural e desportiva.

Em 2022, fazendo por cumprir o requisito da diversidade, a RTP1 manteve programas de *entretenimento*, classificados nesta análise como *variedades*, através dos quais percorreu o país de norte a sul, dando a conhecer a diversidade cultural do território nacional. O programa com mais tempo de emissão foi “Aqui Portugal”, a que se juntam os programas “Há Volta”, “Natal dos Hospitais”, entre outros.

No formato de concurso, o programa “Chefs da Nossa Terra” destina-se a promover a tradição gastronómica portuguesa. No formato *infotainment*, destaque para o programa “Unidos ao clube”. É ainda de assinalar o programa de *entretenimento* “Missão: 100% Portugêês”, destinado a divulgar, de forma lúdica, produtos de fabrico nacional.

O programa “Portugal em Direto” manteve-se na programação da RTP1 no ano em análise, dedicando-se ao território nacional de uma perspetiva informativa. O programa contribui para cumprir o desígnio de coesão nacional da concessionária de serviço público de televisão, permitindo a visibilidade de protagonistas e temas que, tendencialmente, não são prioridade dos serviços noticiosos de horário nobre.

O requisito de uma programação de vocação familiar, com a componente de cultura geral exigida ao primeiro serviço de programas do operador público, é cumprido, entre outros, através de programas como o concurso “Joker” e “Porquinho Mealheiro”.

Em matéria de ficção, cumpre destacar o espaço da grelha “Cinema Português”, no qual foram exibidos 28 filmes de produção nacional.

⁵ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

RTP2

- Serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma programação de **forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil**;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público;
- Constituir como uma **alternativa à oferta da RTP1, bem como às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo **conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público;
- Conceder particular relevo na sua programação ao **princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico**;
- **Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com **abertura à participação das entidades correspondentes** na sua programação;
- Assegurar espaços de **informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da **atualidade nacional, regional e internacional**, nomeadamente **culturais**;
- Incluir **espaços educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**.⁶

Em 2022, a RTP2 exibiu um total de 28 539 programas, que perfizeram um total de 8464h04m46s de emissão, repartidos por 33 géneros da grelha de análise da ERC.

São os programas infantis/juvenis (31,5 %) que mais se destacam, em tempo de emissão, na programação do segundo canal do operador público de televisão, seguidos pelos *informativos* (26,2 %) e os programas *culturais/conhecimento*, em terceiro lugar (19,2 %). Sobre estes três *macrogéneros*, a análise detalhada é apresentada mais adiante neste capítulo.

O quarto macrogénero mais expressivo, em volume horário, é o dos programas de ficção (10,5 %). É relevante destacar as *séries*, o género de *ficção* mais exibido (tanto em volume horário como em número de programas). A programação de *ficção* de qualidade e diversificada apresentada pela RTP2 contribui para corresponder às exigências de fomentar a inovação, a criatividade e a originalidade da oferta audiovisual, contribuindo ainda para que a RTP2 se constitua como alternativa à oferta do primeiro serviço de programas do operador de serviço público e do mercado. Assim, as *séries* com maior volume de horas exibidas em 2022 foram “St. Maik”, “Um crime, um castigo”, “Mr. Selfridge” e “Escola de enfermagem”. Um aspeto menos positivo neste ano é a reduzida presença de *séries* de produção nacional.

Se à luz do princípio da complementaridade, é na RTP2 que o operador público mais investe quer na exibição de programas para os públicos infantis e juvenis quer nos programas culturais e de conhecimento, em contrapartida observa-se que o macrogénero dominante no primeiro serviço de programas em volume horário – o *entretenimento* – tem apenas presença residual (2,2 %) no segundo serviço de programas.

Os programas *desportivos* exibidos na RTP2 contribuem para dar visibilidade a modalidades menos divulgadas, como andebol, basquetebol, ciclismo, ginástica, vela, automobilismo, atletismo, canoagem, motociclismo, artes marciais, incluindo a divulgação de modalidades paralímpicas, desta feita através do programa “Desporto 2”. Em 2022, os programas de *transmissão desportiva* foram na RTP2 os de maior expressão, em volume horário, neste macrogénero (82,7 %) e em número de programas (75,5 %).

Dos programas de teor religioso, destaque para “A Fé dos Homens”, o espaço dedicado às diferentes religiões reconhecidas em Portugal e instituídas através de Igreja própria.

⁶ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

SIC

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **gêneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias**;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** (...), tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**.⁷

Em 2022, a SIC exibiu um total de 6292 programas. Foram identificados 24 *gêneros televisivos*, verificando-se a transmissão de três ausentes no ano anterior, como é o caso da *ciência*, do *comentário* e do *resumo desportivo*, ainda que com durações residuais. No total do ano, os programas perfizeram uma duração de 6468h55m42s de emissão.

À semelhança do que se tem vindo a observar na análise de grelhas de emissão de anos anteriores, verifica-se que a quase totalidade do tempo de programação da SIC – 93,1 % – se cingiu à exibição de programas que a ERC classifica em três *macrogêneros*: *entretenimento*, *informativo* e *ficção*. Ainda assim, é de notar que a maior fatia de tempo é ocupada pelo *entretenimento*, 45,4 %, e que à *informação* e à *ficção* é dedicado um tempo de emissão menor, respetivamente 29,7 % e 18,1 %.

Ao analisar a diversidade de programação do canal tendo por base o nível mais específico de classificação dos programas (isto é, os *gêneros*), considerando o tempo que lhes foi dedicado no global do ano, repete-se a prevalência de três *gêneros*: os *talk shows*, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas* e que, no seu conjunto, representaram 61,2 % do tempo global da programação da SIC em 2022. De notar que há um destaque dos *talk shows*, que preencheram 24,2 % do tempo global, seguidos dos *serviços noticiosos*, com 23,3 %. Os episódios das sete *telenovelas* exibidas ao longo do ano continuaram em terceiro lugar, ocupando os mesmos 13 % da duração total verificados no ano anterior.

Para o acentuar do tempo dedicado pela SIC ao *entretenimento*, quer em tempos de emissão, quer em número de programas, contribuiu a continuação dos *talk shows* transmitidos durante a manhã e a tarde, nos dias úteis e aos fins de semana: “Casa Feliz”, “Estamos em Casa”, “Júlia” e “Alô Marco Paulo”. Este último, foi substituído, a partir de abril, pelo “Caixa Mágica”, apresentado por Fátima Lopes. Dos *talk shows* que se mantiveram na grelha de programas, o “Casa Feliz”, com várias edições especiais, designadamente aquando da celebração dos 30 anos da SIC e do Natal, concentrou 9 % do tempo global de emissão. O “Júlia”, por sua vez, ficou ligeiramente acima dos 6 %, enquanto o “Alô Portugal” e o “Alô Marco Paulo” atingiram 4,6 % e 1,7 %, respetivamente.

No que respeita aos *serviços noticiosos* – programas que continuaram a justificar o destaque assumido pela informação no tempo global da emissão da SIC –, pode referir-se que o “Jornal da Noite” foi o noticiário com maior número de horas de emissão (527h04m07s), alcançando uma duração total superior ao “Primeiro Jornal” (467h18m43s). O “Edição da Manhã” e o “Manhã SIC Notícias” preencheram, respetivamente, 375h11m23s e 136h47m31s. Por fim refira-se que, em 2022, a SIC transmitiu o acompanhamento da noite eleitoral das legislativas de 30 de janeiro, durante 4 horas e 50 minutos, correspondentes ao género edição especial.

Os restantes 21 *gêneros* identificados equivalem a 38,8 % do tempo global da programação da SIC em 2022 (2508h32m30s).

⁷ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

TVI

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados** de programas dirigidos a **vários públicos em diferentes faixas horárias**;
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** (...), tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**;
- Transmitir, **semanalmente**, a **missa dominical**.⁸

Em 2022, a TVI exibiu um total de 6787 programas, correspondendo a um universo de 6275h03m11s de emissão, que se distribuem por 26 *géneros televisivos*, ainda que alguns desses estejam muito pouco representados.

Ao analisar a diversidade de programas da grelha da TVI em 2022, verifica-se que 47,2 % do tempo de programação foi dedicado ao *entretenimento*, o *macrogénero* que mais se destaca. Os programas de *ficção* e *informativos* foram os segundos e terceiros *macrogéneros* aos quais foi reservada maior percentagem do tempo de programação, respetivamente 23,2 % e 19 %. Isto significa que 89,4 % do tempo de programação do ano foi ocupado por esses três *macrogéneros*, o que resulta numa subrepresentação dos demais.

Na desagregação por *géneros*, observa-se uma divisão tripartida. Em termos de tempo de programação, os três *géneros* mais destacados apresentam uma representação muito equivalente: *talk show* com cerca de 19,9 % das horas anuais de programação, seguido das *telenovelas* com 18,9 % e dos *serviços noticiosos* com 17,5 %. Os *reality shows* surgem como quarto género, com 12,7 % do tempo de programação (embora este valor não traduza a sua expressão real na grelha, pela presença de conteúdos relacionados com *reality shows* em programas classificados noutros *géneros*).

Se considerarmos o número de episódios exibidos, esses *géneros* mantêm-se como os mais representados, embora não pela mesma ordem. Com efeito, em primeiro lugar destacam-se as *telenovelas* (que representaram 25,7 % do total de programas transmitidos), seguidas dos *serviços noticiosos* (16,1 %) e dos *talk shows* (9,8 %). Os *reality shows* mantêm a quarta posição, representando 7,7 % dos programas.

CMTV

- As linhas gerais da programação assentam na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento.⁹

Em 2022, a CMTV exibiu 7373h11m33s de programação, repartidas por seis *macrogéneros* e 16 *géneros* distintos.

Na distribuição do tempo de programação por *macrogéneros*, mais de dois terços do indicador corresponde a conteúdos *informativos* (67,3 %), seguindo-se os programas *desportivos* (25,4 %), que subiram sete pontos percentuais num ano (representavam 18,0 % em 2021). Só estes dois *macrogéneros* perfazem mais de nove em cada dez horas de programação da CMTV.

Os restantes *géneros* têm durações bastante inferiores. Os programas de *entretenimento* somaram pouco mais de 340 horas ao ano (4,6 %); os programas de cultura/conhecimento cerca de 110 horas (1,5 %); a *ficção* abeirou-se das 85 horas de emissão nas grelhas de 2022 da CMTV (1,1 %); por fim, os institucionais/religiosos contaram com 1h43m (0,02 %).

⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

⁹ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

Destacando-se dos demais, o género serviço noticioso é o que tem maior expressão horária, representando mais de metade das horas anuais de programação da CMTV (58,0 %). Seguem-se programas sobre desporto, classificados nos géneros: *comentário* desportivo (16,6 %) e *informação* desportiva (6,0 %).

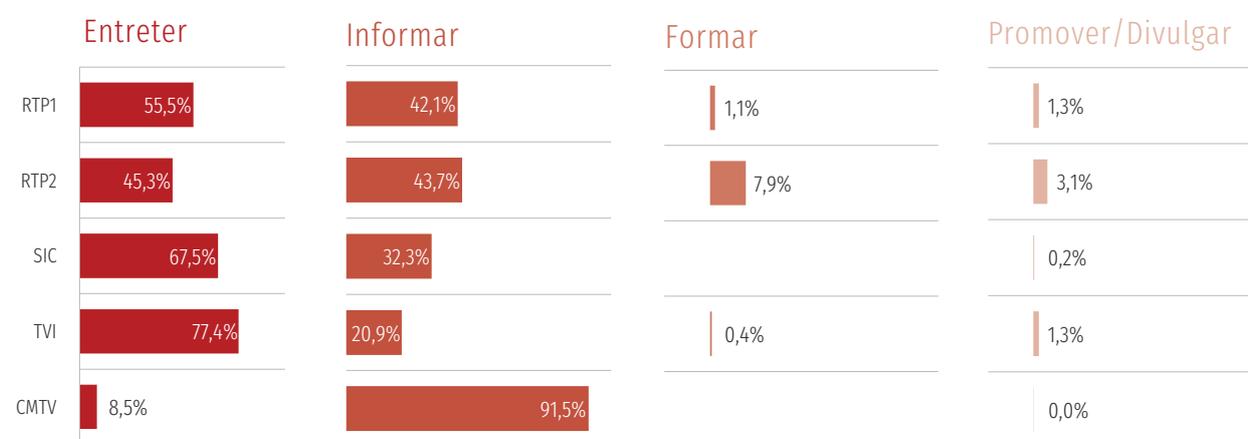
A reportagem contabiliza perto de 400 horas de emissão, representando 5,3 % da duração do universo dos programas exibidos em 2022. Já os *talk shows* concentram 4,5 % do indicador. Os restantes géneros têm uma expressão bem mais residual na programação da CMTV.



DIVERSIDADE E FUNÇÕES DOS PROGRAMAS EMITIDOS

No presente ponto do capítulo, a análise da diversidade da programação em cada serviço de programas generalistas nacionais, em 2022, foca-se nas funções predominantes associadas aos géneros exibidos.

FIG. 2 - FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA (DURAÇÃO), POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)



N = 6914H00M45S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP1); 8464H04M46S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP2); 6468H55M42S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA SIC); 6275H03M11S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA TVI); 7373H11M33S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA CMTV).

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- **Informação, formação e entretenimento** do público¹⁰

RTP1 e RTP2

- A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a **formação cultural e cívica** dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à **informação, à educação e ao entretenimento** de qualidade.¹¹

¹⁰ Obrigação decorrente da LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

¹¹ Obrigação decorrente do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

RTP1

Em 2022, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas do volume horário (55,5 %). Nesta função que, em volume horário, soma 3837h47m39s de emissão, o *género* que mais sobressai (correspondente a cerca de um terço da duração total desta função) é o *talk show*, com destaque para os programas “Praça da Alegria” e “A Nossa Tarde”, emitidos de 2ª a 6ª feira, respetivamente nos períodos da manhã e da tarde. Em segundo lugar, surgem os programas de *concurso/jogo*, com um quinto da duração total do género, destacando-se aí “O Preço Certo” e “Joker”. Segue-se o género de *variedades*, sobretudo com o programa “Aqui Portugal”, emitido nos períodos da manhã e tardes de sábado, com 8,9 % do total de horas de programação associada à função *entreter*. Ligeiramente abaixo, os *filmes/telefilmes* com 8,5 % das horas de programação associadas a esta função. Os restantes *géneros* com uma presença expressiva no conjunto de programas destinados a *entreter* são *espetáculos*, *séries*, *telenovelas* e *transmissões desportivas*.

Quanto à função *informar*, com 2913h41m14s anuais (42,1 %), o género com maior extensão horária (mais de quatro em cada dez horas) é o dos *magazines informativos*, sobretudo devido ao programa diário “Bom Dia Portugal”. Seguem-se os *serviços noticiosos*, responsáveis por cerca de três em cada dez horas de programação com essa função, com destaque para o “Jornal da Tarde” e o “Telejornal”. Os dois *géneros* perfazem perto de três quartos do tempo de programação com esta função.

A função *promover/divulgar*, que somou 87h06m47s, corresponde maioritariamente a programas *religiosos* (que representam cerca de oito em cada dez horas da programação associada a esta função), sobretudo devido à transmissão da “Eucaristia Dominical”. Os programas *institucionais* foram sobretudo representados pelos espaços de direito de antena, campanha eleitoral e pelo programa “Magazine FIFA World Cup Qatar 2022”, da responsabilidade da FIFA, que pretende promover e divulgar o referido evento.

Na função *formar*, com 75h15m05s de emissão total (1,1 %), destacam-se os programas do género *educativo infantil/juvenil* (correspondendo a cerca de oito em cada dez horas de programação com esta função) emitidos no espaço-contedor “Zig Zag”; o restante tempo de programação corresponde a programas de *cultura e conhecimento*, nos *géneros humanidades* e *educativo*.

RTP2

Em 2022, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas (45,3 %). Nesta função que, em volume horário, soma 3835h52m32s de emissão, a maior parcela corresponde a desenhos animados e a segunda a *séries* de *ficção*.

Das 3701h08m08s anuais de programas com a função principal de *informar* (43,7 %), a maior parcela corresponde a *serviços noticiosos*, uma expressão para a qual contribui com grande preponderância o programa “Euronews”. Em segundo lugar estão os *documentários* e em terceiro os *magazines informativos*.

A função *formar* é a terceira mais expressiva em tempo de programas (7,9 %), a grande distância das duas primeiras, com 664h41m47s. A maior parcela de tempo de emissão de programas com função formativa corresponde a *educativos infantil/juvenis*, confirmando-se também na leitura deste indicador a relevância da programação para os públicos mais novos na oferta deste serviço de programas (analisada em detalhe mais adiante no presente capítulo).

Por fim, têm lugar os programas cuja missão é *promover/divulgar* conteúdos associados às entidades que os desenvolvem. Com 262h22m19s, esta é a função com expressão mais reduzida na programação da RTP2. Os conteúdos *religiosos* são os que mais concorrem para o cumprimento da função, designadamente o programa “Fé dos Homens”.

A RTP2 é, dos serviços de programas analisados, aquele que mais tempo dedica a programas com as funções predominantes de *formar* e *promover/divulgar*.

SIC

A predominância da função *entreteter* (presente em 67,5 % do tempo global do ano, isto é, 4366h37m14s) associada aos programas exibidos pela SIC, em 2022, resultou do predomínio dos *talk shows*, o gênero de programas com mais edições e horas. Embora com uma representação mais reduzida, também contribuem para duração total dos programas com a função de *entreteter*, as *telenovelas* e o *infotainment*, este concentrado nos programas sobre vida social “Passadeira Vermelha” e, em menor proporção, no “Alta Definição”, “E-Especial” e “Fama Show”.

A função *informar* foi a segunda mais presente na programação de 2022, correspondente a 32,3 % do tempo global do ano, ou seja, 2090h37m51s. Nesta função, identificaram-se, em 2022, programas de quatro gêneros televisivos: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *edição especial* e *comentário*. O aumento da proporção do gênero *magazine informativo*, com 410 horas, ou seja, 6,3 % do global da emissão do operador, resulta da classificação pela ERC das 610 edições do programa “Linha Aberta”, correspondentes a mais de 369 horas, como um conteúdo de informação, antes classificado como programa de entretenimento¹². Quanto à diversidade, a função de *informar* continua a ser realizada sobretudo através dos três *serviços noticiosos* diários da SIC (“Jornal da Noite”, “Primeiro Jornal” e “Edição da Manhã”) que, no seu conjunto, representaram 65,5 % do tempo global dedicado à função de *informar*. Adiante neste capítulo, a representação desses três noticiários na grelha da SIC estará novamente em evidência, nesse caso para analisar a diversidade de *gêneros informativos* identificados na programação de 2022.

Os programas reconhecidos pela função de *formar* estiveram ausentes da grelha da SIC.

Os programas categorizados sob a função *promover/divulgar* tiveram uma representação diminuta na grelha de 2022, ocupando 0,2 % da duração total, correspondentes a 11h40m37s, através de 28 edições. Além da transmissão do tempo de antena com a campanha para as eleições legislativas de 30 de janeiro de 2022, houve programas resultantes de parcerias e patrocínios de instituições e/ou marcas, em linha de continuidade com o que já se verificava em 2021, como é o caso da transmissão do especial “Festival Comida Continente” e de “Sementes do Futuro”, galas promovidas pela Fundação Sara Carreira com apresentação de Fátima Lopes, de “É Bom Fazer o Bem”, ligado à marca Skip e apresentado por Carolina Patrocínio, e de “Fazer Faz a Diferença”, associado à Nespresso e apresentado por Ana Marques.

¹² Deliberação ERC/2023/122 (CONTJOR-TV), de 22 de março.



TVI

Cerca de 77 % das horas de programação difundidas pela TVI em 2022, isto é, 4859h18m53s, estão associadas a programas cuja função dominante é *entreter*. À programação que privilegia a *função informar* foram dedicadas 20,9 % das horas de programação anual (correspondentes a 1314h07m54s). Os programas com as funções de *formar* e *promover/divulgar* tiveram uma presença marginal, com apenas 0,4 % e 1,3 % do volume de horas de transmissão, respetivamente.

Fazendo a análise da diversidade de *géneros* em que predomina a função *entreter*, identificam-se 14 *géneros* distintos, sendo de notar, desde logo, que nem todos contribuem em igual proporção para a hegemonia dessa função. Quer a análise seja feita tendo por base o volume de horas, quer seja norteadada pelo número de edições/episódios de programas transmitidos ao longo do ano, conclui-se que os *talk shows* e as *telenovelas* são os dois *géneros* que justificam a prevalência dessa função. Com efeito, juntos, perfazem cerca de 50 % da duração total dos programas que privilegiam a função *entreter* e representam aproximadamente 50 % dos 4863 programas identificados adstritos a esta função.

Os *reality shows* e os programas de *infotainment* surgem como os *géneros* seguintes que mais contribuem para o volume horário da programação dedicada a *entreter*, justificando, respetivamente, 16,4 % e 7,2 % desse tempo.

A *função informar* é assegurada por programas classificados em nove *géneros*, embora os *serviços noticiosos* justifiquem quase 84 % das horas de emissão associada a esta *função*. Ou seja, também neste caso a diversidade de *géneros* que asseguram esta *função* da programação é apenas aparente.

Já a função *formar*, que continua a ter uma presença tímida na programação da TVI, é assegurada, na sua quase totalidade, pelo programa “Curious George”, enquadrado no género *educativo infantil/juvenil*. Trata-se de um programa que, desde 2021, voltou a ser transmitido, depois de, durante vários anos, ter integrado a grelha de programação do canal.

Quanto à função *promover/divulgar*, verifica-se que são as transmissões de celebrações religiosas católicas que concentram a maior parte do tempo da programação que cumpre esta função (93,2 %). Seguem-se os espaços de tempo de antena no âmbito eleições legislativas de 2022, com 5,2 %.

CMTV

Em 2022, no universo das 7373h11m33s de programação da CMTV, predomina a *função informar*, ultrapassando as nove horas de emissão em cada dez (91,5 %). A função está associada não só a programas do *macrogénero* informativo, como também a outros, designadamente a programas *desportivos*.

Entreter é a segunda função observada, a grande distância da primeira (8,5 %). Concretiza-se sobretudo através de programas do género *talk show*, mas também por *transmissões desportivas*, *filmes/telefilmes*, *infotainment* e outros *géneros* não especificados.

A programação oferecida pelo serviço de programas em análise também apresenta, ainda que bastante residualmente, a função *promover/divulgar* (0,02 %).

A função *formar* é uma ausência notada na programação da CMTV.



DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE HORÁRIO NOBRE (20H00-23H00)

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV¹³

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**;

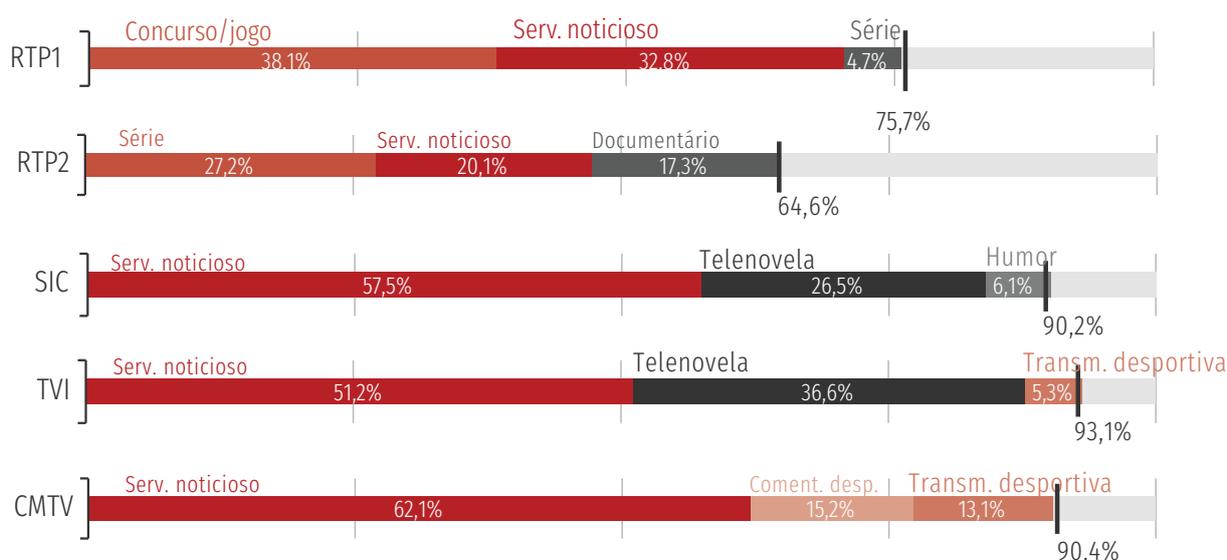
SIC e TVI¹⁴

- **Diversificar os géneros** da programação emitida no chamado **'horário-nobre' (20h00-23h00)**.

O intervalo compreendido entre as 20h00 e as 22h59, que compreende o denominado *horário nobre*, equivale a uma das faixas horárias em que tradicionalmente se registam maior variedade e amplitude de públicos.

Considera-se, por isso, um dos horários de maior audiência a que a Lei da Televisão impõe a difusão de uma programação diversificada e plural o que, no caso dos operadores privados, é reforçado nas licenças para o exercício da atividade televisiva. É da diversidade de programação exibida neste horário, traduzida em *géneros televisivos*, que se ocupa a análise seguinte.

FIG. 3 - TRÊS GÉNEROS TELEVISIVOS COM MAIOR VOLUME DE HORAS DE EXIBIÇÃO EM HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)



N = 1029H06M25S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA RTP1); 1024H36M03S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA RTP2); 904H20M43S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA SIC); 905H53M57S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA TVI); 826H54M25S (DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO EXIBIDA EM HORÁRIO NOBRE PELA CMTV).

¹³ Obrigação decorrente da LTSAP, artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

¹⁴ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

RTP1

Na RTP1, a programação nesta faixa horária distribui-se por 19 *géneros*.

No ano em análise, os programas de *concurso/jogo* foram género com maior tempo total de emissão no *horário nobre* da RTP1 (38,1 %), seguindo-se o *serviço noticioso* (32,8 %), correspondente à exibição do “Telejornal”. A grande distância, o terceiro género com maior expressão em *horário nobre* foram os programas de debate (4,7 %), com os debates para as Legislativas desse ano. Juntos perfazem 75,7 % do volume total de programação emitida neste horário, o que indica uma certa concentração, em prejuízo do princípio da diversidade nesta faixa horária.

Na análise da função principal associada aos conteúdos exibidos em *horário nobre* na RTP1, as funções *informar* e *entreter* correspondem à quase totalidade do tempo de emissão, correspondentes aos *géneros* acima identificados (99,5 %). Observa-se a presença das funções *promover/divulgar* e *formar*, porém com expressão marginal.

RTP2

Neste período horário, os programas emitidos pela RTP2 foram repartidos por 26 *géneros* – uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas compreendidos nesta análise.

Os *géneros* que mais se destacam – juntos perfazendo mais de seis em cada dez horas de programação neste período horário – são *séries* (27,2 %), programas de *documentário* (20,1%) e *serviços noticiosos* (17,3 %).

Com expressão relevante surgem ainda os programas de espetáculo, de desenho animado e *ficção infantil/juvenil*; os restantes *géneros* têm neste período horário uma representação diminuta, ou mesmo residual.

Na programação da RTP2 são observadas as quatro *funções* durante o *horário nobre*, com destaque para *entreter* (48,2 %) e *informar* (47,2 %). Para a função *entreter* concorrem sobretudo as *séries* e *desenhos animados* exibidos neste horário; para a função *informar* contribuem não só os *serviços noticiosos* como os programas de *documentário*.

SIC

Em *horário nobre*, verifica-se que a programação exibida pela SIC em 2022 se traduziu numa diversidade de 12 *géneros* televisivos, com diferentes proporções.

Com efeito, apesar dessa aparente diversidade de *géneros* nesta faixa horária, é de notar que, sozinho, o *serviço noticioso* “Jornal da Noite”, tal como em anos anteriores, continuou a ocupar o maior volume de horas de programação nela emitidos (57,7 % do tempo dos programas de *horário nobre*). A *telenovela* também se manteve como segundo género mais destacado em volume de horas, mas em 26,5 %, uma percentagem ligeiramente inferior aos 30 % de 2021 exibidos nesse período horário.

Como indicador de concentração, verifica-se que o tempo global de exibição dos três *géneros* com maior expressão em *horário nobre* – *serviço noticioso*, *telenovela* e *humor* – atingiu nove em cada dez horas de programação no *horário nobre*.

Os programas de *humor* “Isto é Gozar Com Quem Trabalha” e “Terra Nossa” corresponderam ao terceiro género mais representado no *horário nobre* da SIC (6,1 %), ainda que com valores muito próximos do género imediatamente abaixo: *concursos/jogos* (4,7 %). Em 2022, o operador transmitiu programas de *reality shows* numa menor proporção (1,6 %) e sempre aos fins de semana. As *transmissões desportivas* (1,9 %), na maioria das vezes aos dias úteis, contribuem para completar os *géneros* identificados no *horário nobre* ao longo de 2022, enquanto outros *géneros* de *entretenimento*, como as *séries*, tiveram uma expressão mais diminuta, alguns completamente residual.

Considerando os gêneros predominantes em *horário nobre* é fácil antever que *informar* e *entreter* tenham sido as duas funções destacadas na programação dessa faixa horária, com, respetivamente, 58,2 % e 41,7 % do tempo total. O *serviço noticioso* “Jornal da Noite” foi o programa que justificou essa expressividade da função *informar*. No caso da função *entreter*, a sua prevalência ficou a dever-se às quatro *telenovelas* exibidas em 2022 pela SIC: “Amor, Amor”, “Amor, Eterno Amor”, “Lua de Mel” e “Por Ti” (em conjunto, ocuparam 26,5 % do tempo de programação exibida em *horário nobre*).

Confirma-se a ausência de programas com a função *formar* durante o *horário nobre*. Já os programas com a função de *promover/divulgar* ficaram reduzidos à expressão residual de menos de uma hora neste período.

TVI

Em 2022, a grelha de *horário nobre* da TVI contou com a presença de programas classificados em doze *gêneros*. No entanto, à semelhança do que acontece com a generalidade da programação deste serviço de programas, também nesta faixa horária essa é uma diversidade apenas aparente.

Na realidade, a programação de *horário nobre* volta a ser dominada pela transmissão do *serviço noticioso* “Jornal das 8” e das *telenovelas* “Festa é Festa” e “Quero é Viver”, que tendem a esgotar as possibilidades de diversidade para este período horário. Juntos, esses dois *gêneros* representam 87,8 % do tempo dedicados aos programas exibidos nesta faixa horária e 88,3 % do total das 1046 edições/episódios desses programas.

De referir que as *transmissões desportivas* são o terceiro *gênero* de programas que ocupou mais horas do *horário nobre* (5,3 %), o que se deveu maioritariamente aos jogos de futebol da Liga dos Campeões. Somados, os três *gêneros* com maior presença na grelha representam mais de 90 % do tempo de programação transmitida neste período horário. Com alguma expressão, os *concursos/jogos* ocupam a quarta posição (4,3 % do tempo).

Os restantes oito *gêneros* de programas identificados nesta faixa horária têm pouca representatividade. No caso do *gênero reality show* essa presença não foi além de 1,4 %, sendo que os demais ocuparam menos de 1 % do tempo de programação exibida em *horário nobre*.

Nesta faixa horária, os programas exibidos pela TVI em 2022 centraram-se em apenas duas das funções da programação – *informar* (52 %) e *entreter* (48 %) –, em desfavor da função *formar*. No caso da função *informar*, esta está patente no volume de horas ocupado pelo *serviço noticioso* “Jornal das 8”. Por sua vez, a segunda função está plasmada no elevado tempo que o canal dedica à transmissão de *telenovelas* em *horário nobre*.



CMTV

Em 2022, durante o *horário nobre*, a CMTV exibiu uma programação classificada em sete categorias de *géneros televisivos*, ordenadas da seguinte forma: *serviço noticioso* (62,1 %), *comentário desportivo* (15,2 %), *transmissão desportiva* (13,1 %), *reportagem* (8,1 %), *edição especial* (1,4 %), *comentário* (0,1 %) e *magazine informativo* (0,01 %).

A carga horária dos *serviços noticiosos* é claramente superior à dos restantes géneros, destacando-se, neste horário, o título “CM Jornal 20h”.

Os dois géneros ligados a assuntos desportivos, que surgem no segundo e no terceiro lugares, cumprem a função *informar* e a função *entreter*, respetivamente.

Os três géneros com maior carga no horário nobre da CMTV perfazem nove em cada dez horas de emissão, continuando a traduzir uma fraca diversidade da oferta televisiva de *horário nobre*.

Ainda assim, a *reportagem* também consegue algum destaque neste horário, com títulos como “Investigação CM”, “Investigação Sábado” e “Doa a quem doer”.

Os restantes *géneros* têm uma expressão muito reduzida.

Por conta dos *géneros* exibidos, *informar* (73,1 %) e *entreter* (26,9 %) são as únicas funções encontradas na programação de *horário nobre* da CMTV.

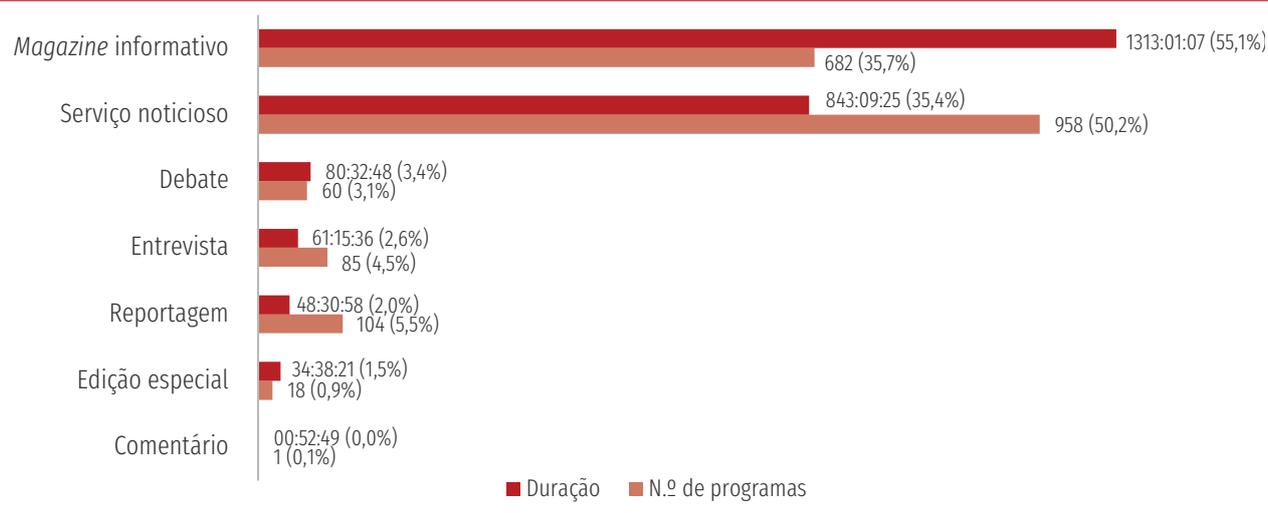
DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

RTP1

- Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua **cobertura informativa adequada**;
- Conceder especial relevo à informação, designadamente através da difusão de **noticiários, debates, entrevistas, reportagens**;
- **Espaços regulares diários** em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
- **Espaços regulares de debate**, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
- **Espaços regulares de entrevista** a personalidades que se destaquem na sua atividade profissional ou cívica;
- **Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional**, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e das forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
- **Espaços regulares de reportagem**;
- **Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais relevantes**;
- **Com frequência mínima: Três vezes por dia** para os noticiários; **Semanal**, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista; **Quinzenal**, para os programas de grande reportagem.¹⁵

¹⁵ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

FIG. 4 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP1 (2022)



N=2382H01M04S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N=1908 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Os conteúdos *informativos* representaram, como se referiu acima, 34,5 % do volume total da programação exibida pela RTP1 – tendo sido o segundo *macrogénero* mais exibido pelo primeiro serviço de programas do operador público.

O CCSPT estabelece uma frequência mínima de três edições diárias de *noticiários*. Com 958 edições de *serviços noticiosos*, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,6 por dia). Considera-se adequado incluir na noção de *noticiário* os *magazines informativos* diários sobre temas da atualidade, o que leva a que o rácio de “espaços noticiosos” ultrapasse largamente os valores impostos.

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

É exigida frequência semanal de emissão de programas de *debate* e *entrevista*. Com 60 edições de debates e 85 entrevistas emitidas em 2022, verifica-se que a RTP1 assegura o estipulado. Nos debates, o programa “É ou Não É?” contribui para assegurar a obrigação de emissão semanal de espaços regulares de *debate*, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa. Para além deste, há a destacar o programa “Fronteiras XXI”, ainda que com presença mais esporádica na grelha. Semanalmente, os programas “Grande Entrevista”, “Primeira Pessoa” e “A Minha Geração” também asseguram o estipulado.

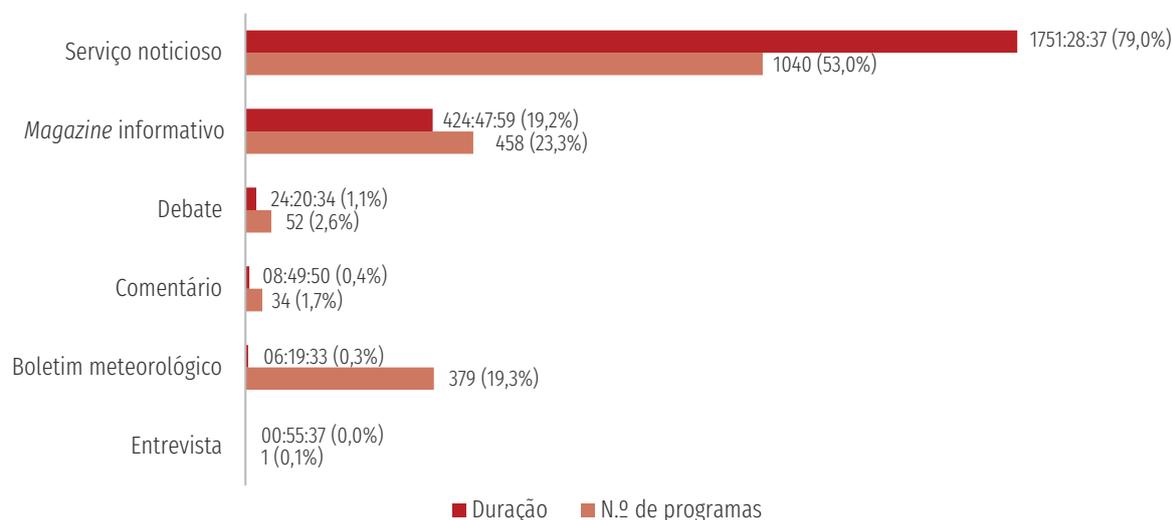
Relativamente à exigência de transmissão de espaços semanais de informação dedicados especificamente às instituições políticas e à promoção da cidadania, há a destacar a emissão de 45 edições do *magazine informativo* “Europa Minha”, num total de 14h20m.

A RTP1 deve exibir, quinzenalmente, espaços regulares de grande *reportagem*, requisito concretizado com a periodicidade semanal dos programas “A Prova dos Factos” e “Linha da Frente”.

RTP2

- Assegura **espaços de informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade **nacional, regional e internacional**, nomeadamente culturais.¹⁶

FIG. 5 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP2 (2022)



N = 2216H42M10S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N = 1964 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

O *macrogênero* informativo representou 26,2 % do tempo total da programação da RTP2 em 2022, tendo sido o segundo mais exibido pelo serviço de programas.

O segundo serviço de programas da RTP deve assegurar «espaços de informação diários que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional».

Os *serviços noticiosos* representam quase oito em cada dez horas da programação informativa – este gênero compreende três programas, “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África”.

O segundo gênero de informação com expressão mais relevante é o *magazine informativo* (19,2 %). Neste gênero, o programa que perfaz a quase totalidade do tempo é o “Sociedade Civil”, geralmente com emissão de segunda a sexta-feira (e reexibição diária no mesmo serviço de programas, o que justifica o número de edições apresentado no gráfico).

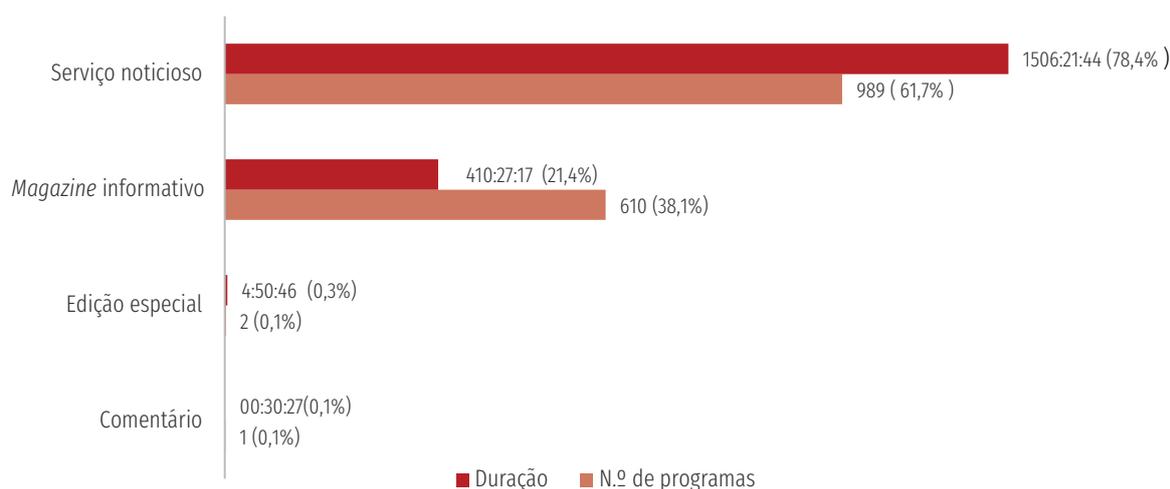
Os restantes *gêneros informativos* tiveram, em termos de duração total, uma expressão diminuta. No entanto, quando analisada a frequência de exibição desses tipos de programas, os resultados são substancialmente mais expressivos. Assim, é de destacar que o programa de *debate* exibido semanalmente (“Eurodeputados”) ou duas vezes por semana e o programa de *comentário* (“Página 2”), exibido ao domingo, contribuem para o cumprimento da obrigação de contextualização e aprofundamento de matérias da atualidade, tanto nacional como internacional.

¹⁶ Obrigação decorrente do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

SIC

- Emitir um mínimo de **três blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgêneros **debate e entrevista, autônomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**.¹⁷

FIG. 6 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA SIC (2022)



N = 1922H10M14S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N = 1602 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Recorde-se que o *macrogênero informativo* foi o segundo mais expressivo em termos do tempo de programação que ocupou em 2022, ou seja, 29,7 % das 6468h55m42s.

Considerando as obrigações da SIC em matéria de diversidade de informação, importa começar por referir que, em 2022, foi identificada a presença de programas com quatro gêneros informativos: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *edição especial*, e foi transmitido um *comentário* fora de blocos informativos. Esta conclusão permite inferir o incumprimento da obrigação de emitir programas autônomos de *entrevista* e *debate*. Refira-se que esta transmissão das entrevistas, debates e rubricas de *comentário* durante os *serviços noticiosos*, sem autonomia, tem sido prática da SIC desde que a ERC analisa este operador generalista. Esta conclusão é também referida no final do capítulo do relatório que analisa a informação diária em *horário nobre*.

A hegemonia dos *serviços noticiosos*, que ocupam cerca de 78,4 % do tempo dedicado a conteúdos *informativos*, decorre da presença de três *noticiários* na programação da SIC: a “Edição da Manhã” (com uma edição diária, no horário da manhã, nos dias úteis), o “Primeiro Jornal” (com uma edição diária com transmissão cerca das 13h00m) e o “Jornal da Noite” (com uma edição diária com transmissão cerca das 20h00m). É a presença desses *noticiários* que faz com que o canal se aproxime do mínimo de três blocos *informativos* diários requeridos, mínimo que só não é cumprido porque a “Edição da Manhã” continuou a não ter transmissão aos fins de semana.

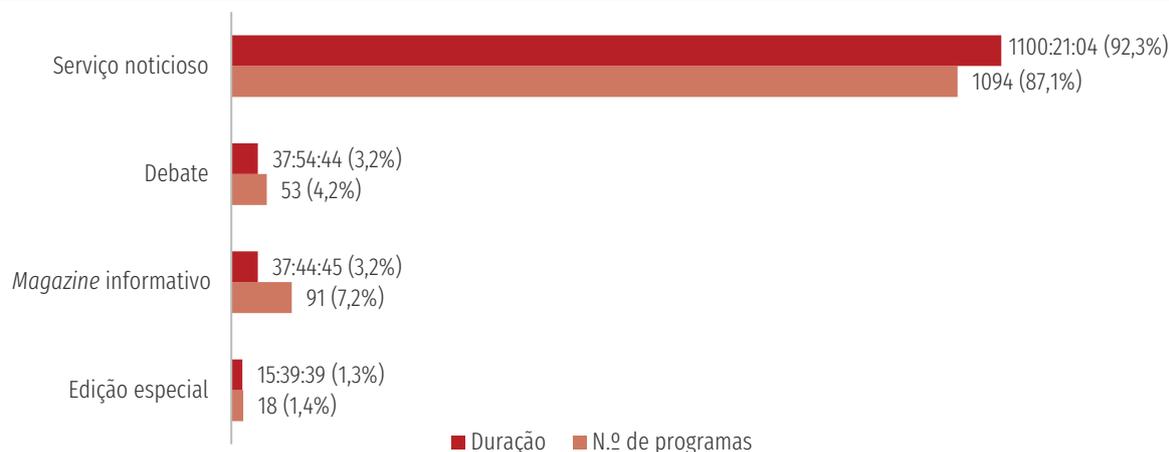
O gênero *magazine informativo* aumentou a sua presença em 2022, o que se deve à mudança de classificação do programa “Linha Aberta” pela ERC, antes sob a categoria *entretenimento*. O gênero *edição especial* correspondeu essencialmente à cobertura dos resultados das eleições legislativas de 30 de janeiro, o que resulta num volume residual, representante de 0,1 % do tempo total dos conteúdos *informativos*.

¹⁷ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

TVI

- Emitir um mínimo de **três blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgéneros **debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**.¹⁸

FIG. 7 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS NA TVI (2022)



N=1191H40M12S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS); N= 1256 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

Os conteúdos classificados como *informativos*, como foi dito anteriormente, foram o terceiro *macrogénero* mais representado na grelha de programação de 2022 da TVI, o que se traduziu em cerca de 19 % das horas de programação desse ano e 18,5 % das edições dos programas transmitidos.

A respeito das obrigações relacionadas com a diversidade de *géneros informativos* importa ter presente que a TVI tem como imposições específicas a emissão de «um mínimo de três blocos noticiosos diários» e de «programas de informação dos subgéneros *debate* e *entrevista*, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal».

Ao analisar a diversidade de géneros informativos na programação delineada pela TVI, é fácil concluir que esta é muito diminuta, dada a hegemonia dos *serviços noticiosos*, que são responsáveis por 92,3 % do tempo dedicado ao *macrogénero* informativo.

Considerando apenas os programas classificados como *serviços noticiosos*, verifica-se que ao longo do ano foram transmitidas 365 edições do “Diário da Manhã” (260 durante a semana e 105 aos fins de semana), 365 edições do “Jornal da Uma” e 364 do “Jornal das 8” (no dia 30 de janeiro, no seu horário habitual, este *serviço noticioso* foi substituído por uma *edição especial* dedicadas às eleições legislativas). Assim, conclui-se que a obrigação da TVI em relação à exibição diária de *serviços noticiosos* foi cumprida.

A TVI tem na sua grelha programas autónomos de *debate*, com destaque para “O Princípio da Incerteza”. Trata-se de um programa de *debate* político conduzido por Carlos Andrade, cujo painel é composto por José Pacheco Pereira, António Lobo Xavier e Alexandra Leitão (que, a partir de março de 2022, substituiu a comentadora residente anterior, Ana Catarina Mendes). No entanto, importa salientar que o programa é emitido no período noite/madrugada, perto das três horas da manhã, ou seja, num horário de audiência reduzida. Recorde-se que este programa tem origem num dos mais antigos programas televisivos de *debate* político, o “Quadratura do Círculo” (exibido durante anos pela SIC), que, por sua vez, nasceu na TSF, no final dos anos 1980, com o nome “Flashback”.

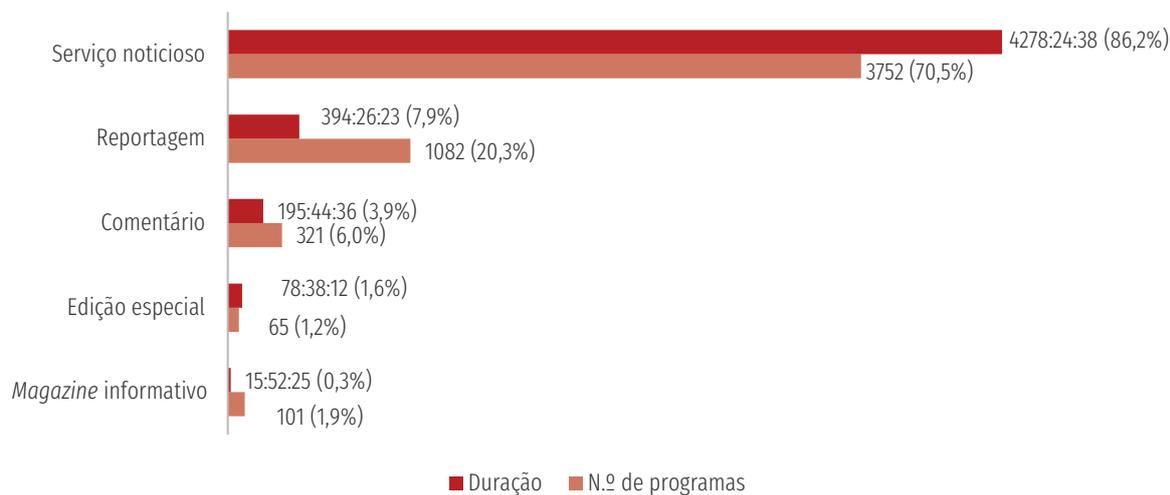
No caso da *entrevista*, verifica-se que em 2022 não foi transmitido um único programa autónomo desse género, o que constitui um incumprimento em relação à obrigação de emitir programas autónomos de *entrevista* e *debate*. No entanto, embora não constituam unidades de programação formais, individualizadas e estáveis, a TVI integra entrevistas no alinhamento dos *serviços noticiosos*.

¹⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

CMTV

- Difundir **notícias de hora a hora**, 24 horas por dia;
- Espaços *informativos* diários nas áreas de **Economia e Desporto**.¹⁹

FIG. 8 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA CMTV (2022)



N = 4963H06M14S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

Conforme observado anteriormente, os conteúdos informativos são preponderantes nas grelhas de emissão da CMTV, representando 67,3 % do tempo total de programação.

Os *serviços noticiosos* têm clara primazia, com mais de oito em cada dez horas do volume horário dos programas *informativos*. A CMTV emite blocos noticiosos com uma frequência próxima da descrita na grelha-tipo apresentada no seu projeto editorial. Entre outros títulos, a este gênero corresponde a exibição diária dos programas: “CM Jornal 13H” substituído pelo “Grande Jornal-Noite”, a partir de outubro de 2022, ou o “CM Jornal 20H” que deu lugar ao “Grande Jornal-Noite”, na mesma data.

No seu projeto, a CMTV prevê ter «total agilidade para interromper a emissão sempre que qualquer facto relevante o imponha». Habitualmente, essas edições especiais são identificadas como “Alerta CM”.

Não se identificam programas autônomos diários de informação económica nas grelhas da CMTV. Em 2022, os espaços informativos desta área, com a designação “Negócios”, surgem incluídos em 226 edições do serviço noticioso “Notícias CM”, nas manhãs de segunda a sexta-feira.

Relativamente aos espaços informativos diários na área do desporto, verifica-se que a CMTV cumpre este outro compromisso de programação, considerando os programas de comentário temático e os de *informação desportiva*. Os programas “Mercado” e “Hora Record” são de informação. Ao passo que “Liga d’Ouro” e “Pé em Riste” assumem o gênero *comentário desportivo*.

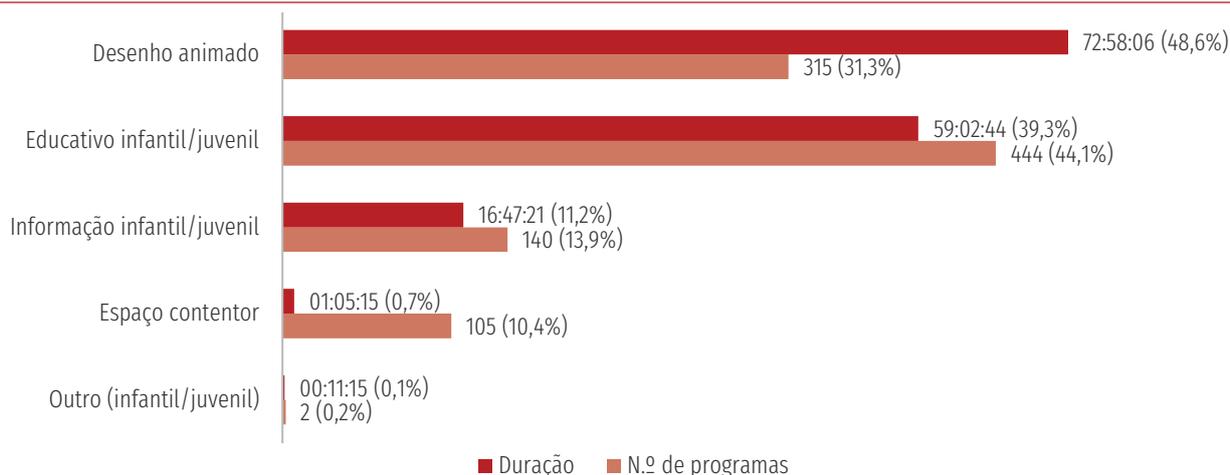
¹⁹ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL

RTP1

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**;
- **Espaços regulares** de programação **lúdica, formativa e educativa** para o público infantojuvenil.²⁰

FIG. 9 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2022)



N=150H04M41S (DURAÇÃO TOTAL); N= 1006 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS)

No caso da RTP1, as horas dedicadas a programas orientados para o público infantojuvenil representam, em termos relativos, apenas 2,2 % do tempo total da programação.

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

Em 2022 foram exibidos programas classificados em cinco gêneros diferentes. O gênero mais exibido, em duração, foi o *desenho animado*, porém suplantado pelos *educativos infantis/juvenis* quanto ao número de programas.

Relativamente às *funções* desempenhadas pela programação *infantil/juvenil*, a maioria do tempo de emissão teve como função principal *entretêr* (49,5 %), seguido pela função de *formar* (39,3 %), associada aos programas *educativos*. Um décimo do tempo foi preenchido por programas com a *função informar* (11,2 %), com a emissão do “Radar XS”.

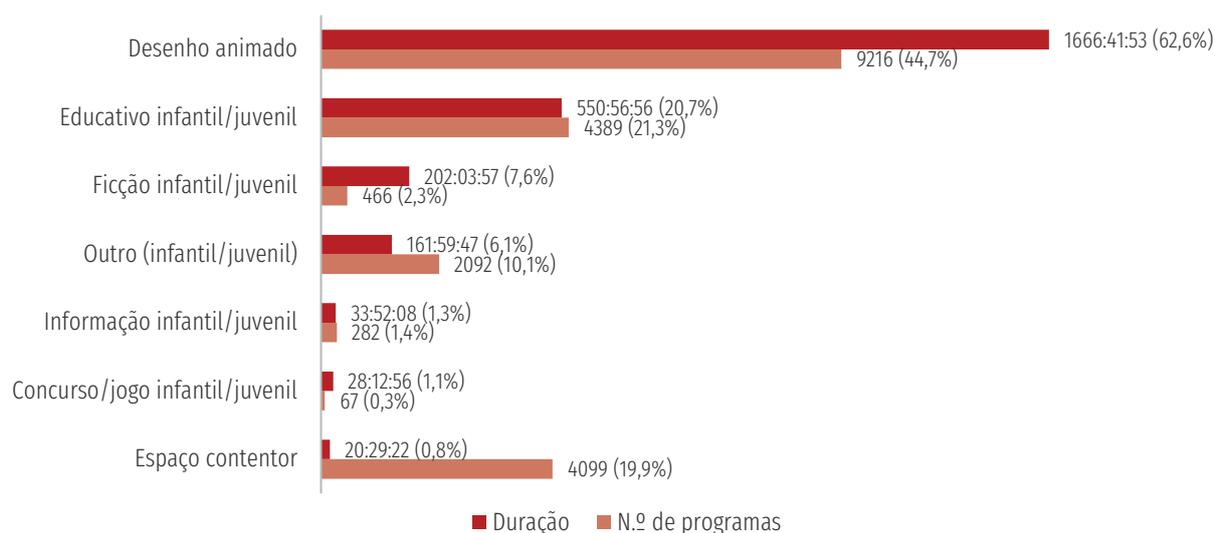
Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se exclusivamente nos alinhamentos das manhãs dos fins de semana.

²⁰ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

RTP2

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**.²¹
- Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**.²²

FIG. 10 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2022)



N = 2664H16M59S (DURAÇÃO TOTAL); N = 20611 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS)

O “Zig Zag”, espaço dedicado a estes públicos na programação da RTP2, tem por regra dois momentos de exibição diária, de manhã e ao final da tarde (uma parte do qual em *horário nobre*) e aos fins de semana de manhã.

O segundo serviço de programas generalista do operador público tem a incumbência de emitir diariamente programas educativos e de *entretenimento* destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação. Com um total de 4389 edições e perto de 551 horas de programas do género *educativo infantil/juvenil*, confirmou-se em 2022 o cumprimento deste dever por parte da RTP2. Entre os diversos conteúdos com propósitos educativos para diversas idades, refere-se, a título ilustrativo, aqueles que somam maior volume de horas exibidas: “Peg e o Gato”, “Histórias Horríveis” e “As perguntas da Mily”.

Na análise das funções da programação, *entretém* representa 78,0 % da duração total dos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens. É também expressivo, ainda que inferior (20,7 %), o tempo dos programas com a função principal de *formar*. Quanto à *função informar*, apesar de em volume horário obter uma expressão residual, a leitura do indicador “número de programas” permite destacar como positivo que as 282 edições registadas correspondam à exibição regular aos dias de semana de um programa de informação *infantil/juvenil*, “Radar XS”.

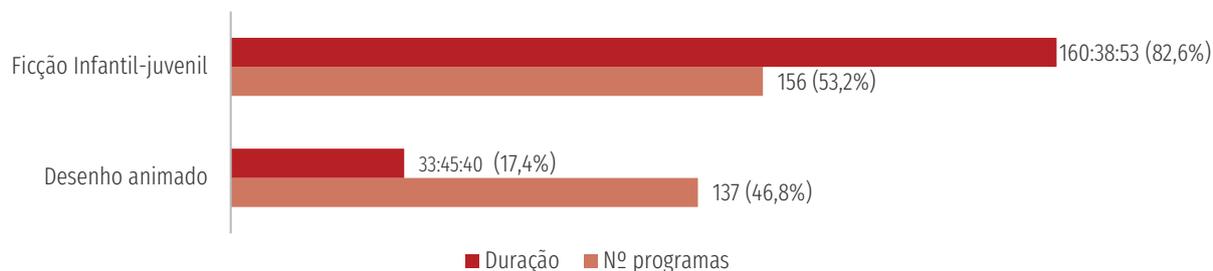
²¹ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

²² Obrigação decorrente do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

SIC

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**²³.

FIG. 11 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2022)



N=194h24m33s (N.º total de horas de emissão *infantis/juvenis*); N=293 (n.º total de PROGRAMAS *infantis/juvenis*)

No global da programação da SIC de 2022, os programas infantis-juvenis traduziram-se num total de 194h24m33s, ou seja, 3,0 % do tempo global da programação anual. Em termos de diversidade de *gêneros*, observa-se que dos oito na grelha da análise da ERC foram classificados programas em dois: *desenhos animados* e *ficção infantil/juvenil*²⁴.

No que diz respeito a estes conteúdos, recorde-se que a SIC tem a obrigação de exibir todos os dias programas preferencialmente destinados ao público infantojuvenil, durante as manhãs ou tardes.

Ora, ao mapear as datas de todas as edições de programas transmitidas pela SIC ao longo de 2022 com *gêneros infantis/juvenis*, é fácil constatar que essa obrigação voltou a não ser plenamente cumprida pelo serviço de programas. Dos 365 dias de 2022, identificou-se estes programas em 115, o que significa que em 31,5 % dos dias do ano, a SIC não exibiu programas especificamente dedicados aos mais jovens.

Já a análise da grelha considerando o período da semana (dias de semana ou fins de semana) em que os programas *infantis/juvenis* foram transmitidos, permitiu concluir que 97,6 % do tempo que lhes foi dedicado foi aos fins de semana. Ou seja, apenas 2,4 % tiveram transmissão durante os dias úteis, apenas uma delas num feriado, o de 25 de Abril. Nos restantes dias do ano, essa programação ficou restringida à programação de fim de semana, sendo de referir que, em todos os de 2022, foi exibido pelo menos um programa *infantil/juvenil*.

Ao analisar os períodos horários em que a programação *infantil/juvenil* da SIC foi exibida em 2022, observa-se uma concentração destes conteúdos no *período da manhã*. Com efeito, 146h50m17s (81%) das 194h24m33s dedicadas a este tipo de programas foram transmitidas no período horário que vai das 06h00m às 12h59m. O *período da tarde* (13h00m às 19h59m) somou 12,1 % das horas dedicadas a este tipo de programação e o da noite/madrugada 10,6 % dessas horas.

No que diz respeito às funções privilegiadas pela programação *infantil/juvenil* transmitida, considerou-se que a totalidade dessa programação valorizou sobretudo a função *entreter*. O mesmo é dizer que não foram identificados programas infantojuvenis com a função *formar*. Relacionada com esta conclusão, é de observar que ao longo de 2022 não foram identificados programas que tenham sido classificados com o género *educativo infantil/juvenil*.

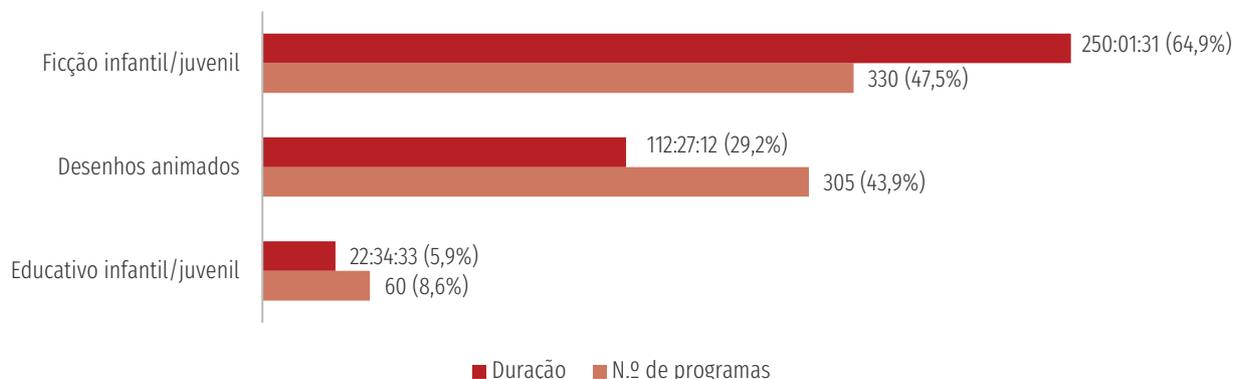
²³ Obrigação decorrente da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

²⁴ No trabalho de análise de grelhas de programação que é realizada, os filmes/telefilmes que têm como público preferencial o infantil/juvenil, opta-se por classificá-los no âmbito do macrogénero *infantil/juvenil*, especificamente na categoria *ficção infantil/juvenil*. Esta é uma forma de privilegiar a diversidade de oferta para diferentes públicos.

TVI

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**²⁵.

FIG. 12 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2022)



N=385H03M16S (DURAÇÃO TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO INFANTIS/JUVENIS); N=695 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

Em 2022 a programação *infantil/juvenil* transmitida pela TVI alcançou uma representação de 6,1 % do volume global de horas de programação, à frente dos programas *desportivos*, de *cultura/conhecimento* e dos *institucionais/religiosos*. De notar que essa percentagem sobe para 10,2 % quando está em causa a representação deste tipo de programas no total das edições/episódios de todos os programas exibidos nesse ano.

De acordo com as suas obrigações em relação a este tipo de programação, a TVI deve incluir programas para os públicos *infantis/juvenis*, numa base diária, no *período da manhã* ou da tarde. Em 2022 a TVI cumpriu esta obrigação através da exibição diária do *desenho animado* “Viva o Rei Juliano”, estreado em 2021, e do programa educativo *infantil/juvenil* “Curious George”, já exibido em anos anteriores.

A restante programação *infantil/juvenil* deste serviço de programas foi remetida para os fins de semana. “O Bando dos 4”, “Inspector Max”, “Detective Maravilha”, “Campeões e Detectives”, todos do mesmo género (*ficção infantil/juvenil*) foram exibidos aos sábados e domingos. Invariavelmente, são programas em reposição na grelha da TVI, alguns dos quais com mais de 15 anos desde a sua estreia.

CMTV

Ainda que seja um serviço de programas generalista, a CMTV não apresenta quaisquer programas dirigidos aos públicos mais jovens nas suas grelhas de emissão.

²⁵ Obrigação decorrente da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

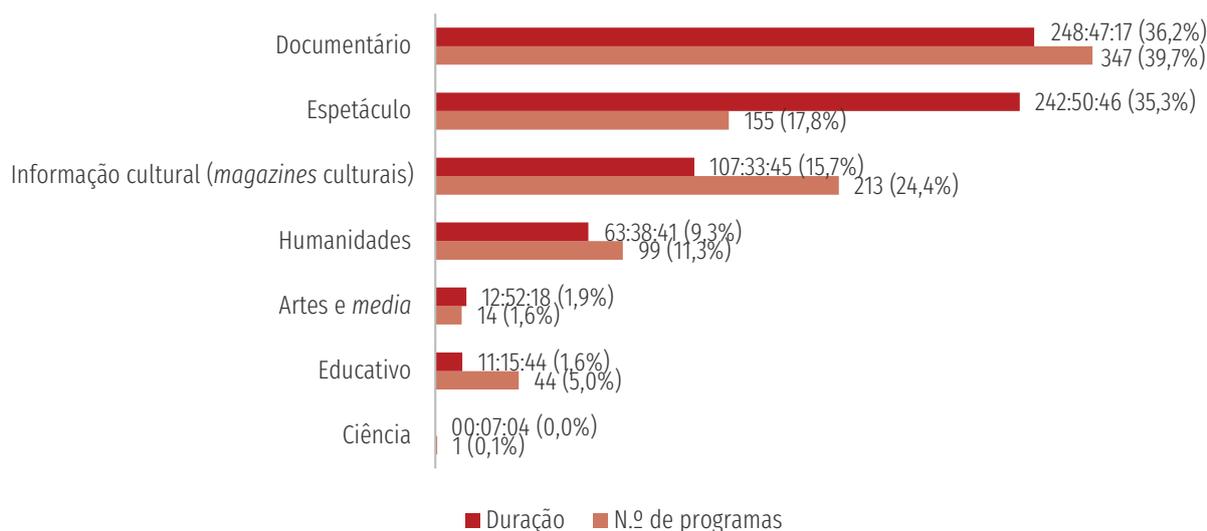


DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/ CONHECIMENTO

RTP1

- Transmissão de **programas de carácter cultural**;
- Espaços regulares de difusão de **documentários originais**, focando a realidade **social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa**;
- Espaços regulares de **divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas**; (...); Espaços regulares com **grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido**, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas; Espaços regulares dedicados à música portuguesa;
- Periodicidade **semanal** para os programas de **divulgação cultural**; **Quinzenal**, para os programas de **documentários** (...); Mensal para os **grandes espetáculos culturais ou artísticos** e para os programas dedicados à música portuguesa²⁶.

FIG. 13 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2022)



N=687H05M35S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N= 873 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

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

Em 2022, os *documentários* foram o género mais expressivo em ambos os indicadores, com quase 249 horas de exibição. Quanto à frequência, as 347 exibições ultrapassaram com ampla margem a regularidade mensal exigida.²⁷

²⁶ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

²⁷ Complementares à categoria documentários são as de ciências, artes e media e humanidades já que, considerando exclusivamente o formato, alguns dos programas classificados naquelas categorias também são conteúdos documentais. No entanto, para melhor traduzir a diversidade de programação, nos casos em que a temática de um dado programa se enquadra num daqueles três géneros indicados, entendeu-se privilegiar esse enquadramento, em detrimento do formato genérico do programa.

Considerando especificamente os *documentários* originais focados na realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, a presença destes programas na grelha apresenta também uma periodicidade superior ao exigido. Por exemplo, os *documentários* “A Arte de Animar Portugal” ou “História do Teatro de Revista em Portugal”, entre outros.

Os espaços de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas têm presença regular na RTP1, com o *magazine* “Todas as Palavras”, dedicado a divulgar criadores literários.

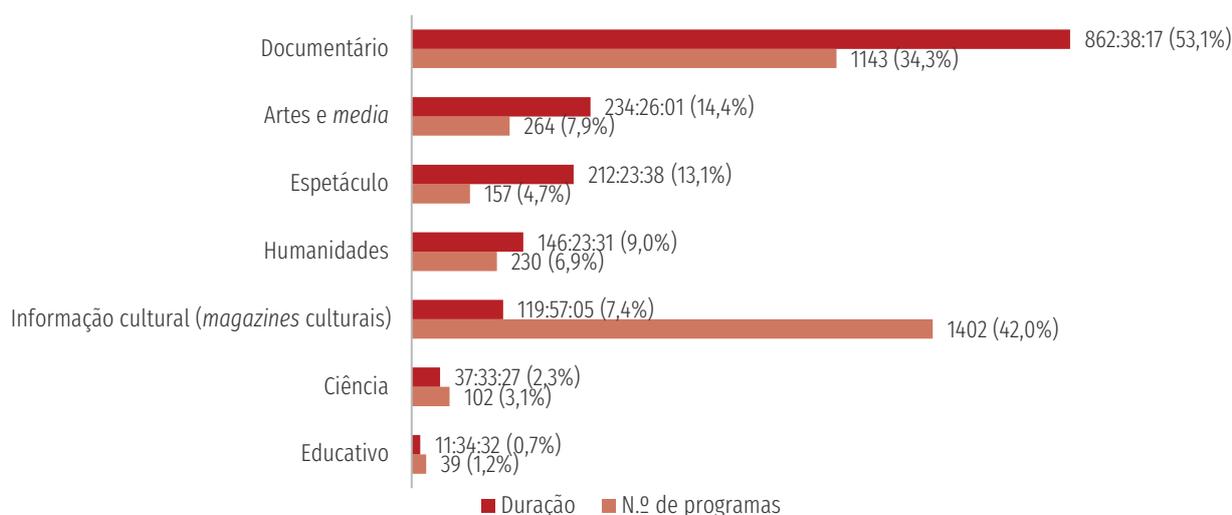
Os programas de *informação cultural* superaram o requisito de regularidade semanal, com um total de 213 edições, com destaque para o programa “Janela Indiscreta”.²⁸

A RTP1 exibiu ao longo do ano 155 espetáculos, superando a regularidade mensal exigida.

RTP2

- Compreende uma programação de **forte componente cultural e formativa**, aberta à **sociedade civil**;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este;
- Constituir uma **alternativa** à oferta da RTP1, bem como **às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam **visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público;
- Conceder particular relevo na sua programação ao princípio da **inovação**, privilegiando a **criatividade**, a **originalidade** e o **sentido crítico**;
- Valorizar a **educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género**, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, **o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com abertura à **participação das entidades** correspondentes na sua programação²⁹.

FIG. 14 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2022)



N = 1624H56M31S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N = 3337 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

²⁸ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p38415>

²⁹ Obrigações decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

A RTP2 deve ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil, assegurar uma programação cultural de qualidade e distintiva dos demais serviços de programas do operador público, constituindo-se como uma alternativa à oferta da RTP1 e às ofertas de programação cultural do mercado.

Verifica-se que os programas de *cultura/conhecimento* estão entre os mais valorizados na programação da RTP2, em terceiro lugar na grelha em volume horário (abaixo dos *infantis/juvenis* e dos *informativos*), com um total anual de 1624h56m31s, o que se traduz num volume médio de quatro horas e meia diárias deste tipo de programação – o que, efetivamente, o distingue dos outros serviços de programas generalistas em análise.

No gráfico sobressai o elevado número de programas de *informação cultural*, dado que é maioritariamente justificado pela emissão, entre duas a três vezes por dia, do programa “Folha de Sala”.

De referir ainda a oferta variada de programas de *documentário* neste serviço de programas tanto pelo volume de horas como pela frequência com que são exibidos.

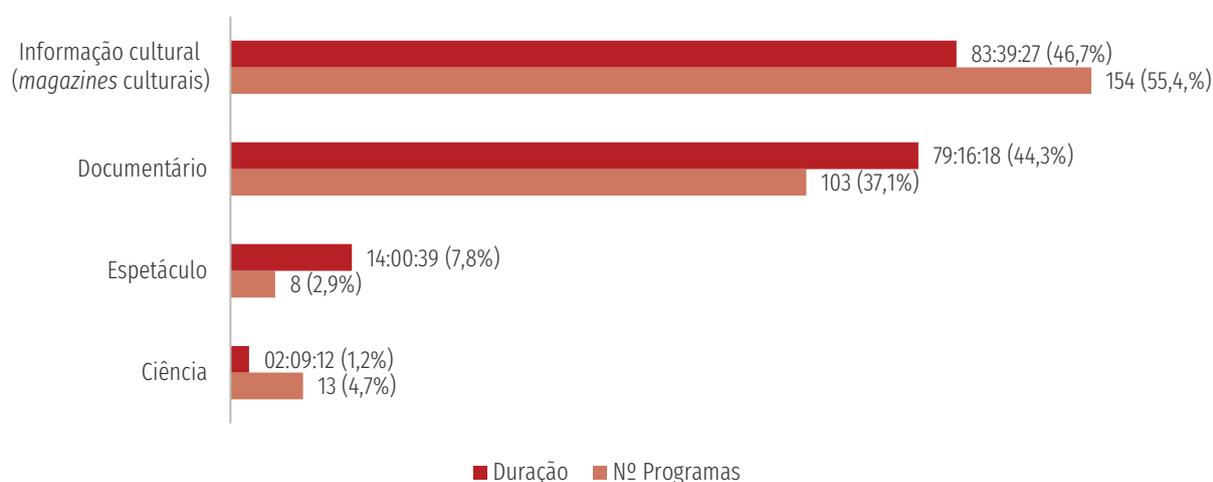
Observando a grelha no seu detalhe, entre os programas que mais contribuem para o volume horário deste *macrogénero* destaque para o “Cinemax: Curtas”, classificado no género *artes e media*, “Artes Performativas”, classificado como programa de espetáculo, o *magazine* “Folha de Sala”.

Já em termos de frequência de emissão, destaca-se, conforme já referido, o programa “Folha de Sala” (com 1197 exibições, incluindo-se nesse número edições originais e reexibições). Com 80 edições exibidas anualmente, há a referir o programa “Cinemax: Curtas” e, com 79 edições, o programa de *artes e media* “Nada Será como Dante”; com 71 edições anuais, tem presença regular na emissão o programa de *humanidades* “Visita Guiada”.

SIC

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de **audiência não reduzida** e com periodicidade **regular**.³⁰

FIG. 15 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2022)



N=179H05M36S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N=278 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

30 Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

Numa primeira caracterização dos programas da SIC de 2022 classificada como *cultural/conhecimento*, recorde-se que correspondeu a 179h05m36s de emissão, ou seja 2,8 % do tempo global de programação do ano. No que diz respeito à diversidade de *géneros*, dos sete de *cultura/conhecimento* que servem de referência à análise foram identificados quatro: *informação cultural* (magazines culturais), *documentário*, *espetáculo* e *ciência*.

Os *géneros informação cultural* (magazines culturais) e o *documentário* concentram a maior parte tipo da programação *cultural/conhecimento* da grelha da SIC, em 2022, quer em volume de horas, quer em número de edições. No seu conjunto, representaram 91,0 % das horas dedicadas a este tipo de programação, percentagem que sobe para 92,4 % quando se considera o número de edições. Ainda assim, é de notar que, se em número de horas a representação desses dois *géneros* fica muito próxima, em número de episódios exibidos há uma clara proeminência da *informação cultural* (magazines culturais). Os programas que justificam essa presença, ainda que com valores residuais no total das emissões de 2022, foram o “Original e a Cultura”, um programa originalmente transmitido na SIC Notícias, resultante da parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores sobre cultura e artistas, o “Etnias” dedicado às comunidades emigrantes em Portugal e o “Advnce”, sobre desportos eletrónicos, com o mesmo nome de um serviço de programas da Impresa. Estes perfizeram respetivamente 27, 25 e 23 horas de emissão, a que se somaram seis horas de “Cartaz Cultural”.

Pela proporção dos *géneros documentário*, *espetáculo*, e *ciência*, os três restantes da programação *cultural/de conhecimento* identificados, verifica-se que se cingem a 1,2 %, 0,2 % e a duas horas do programa “Isto é Matemática”, que resulta em valores residuais no total da programação em 2022. Os *espetáculos* corresponderam à exibição da peça de teatro “Casal da Treta”, do Circo Coliseu do Porto, do Festival Comida Continente, Festival de Circo de Monte Carlo e a duas horas do Rock in Rio Lisboa.

O que seria um contributo para a diversidade é contrariado pela ausência na programação *cultural/conhecimento* da SIC, em 2022, de programas classificáveis nos *géneros artes e média*, *humanidades* e *educativo*.

No que diz respeito às principais funções que se associam aos programas de *cultura/conhecimento* identificados na grelha da SIC, conclui-se que a larga maioria cumpre a função de informar.

Com expressão diminuta, a função de *entreter* da programação *cultural/conhecimento* da SIC ficou associada à transmissão daqueles *espetáculos*. No que respeita aos programas *culturais/conhecimento* com função de *formar*, verifica-se a sua total ausência em 2022.

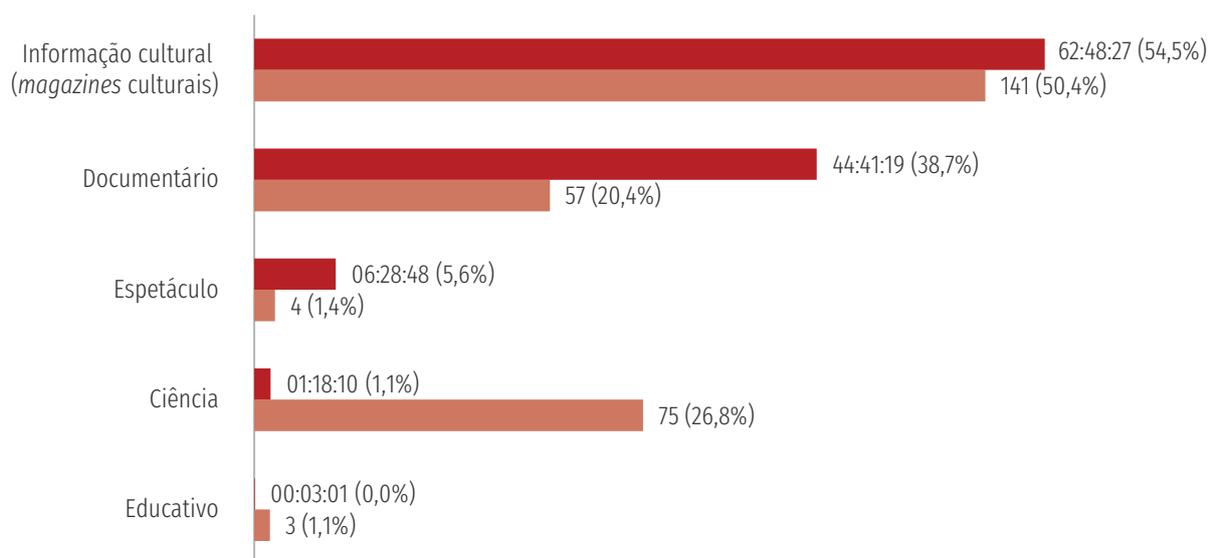
A propósito da formação e informação dos públicos, é importante lembrar que essa é uma obrigação da SIC. Enquanto serviço de programas generalista, é expectável que assuma essa obrigação, nomeadamente através da transmissão de conteúdos relacionados com *cultura e conhecimento*, refletindo os interesses gerais e diversificados do público na programação, incluindo grupos minoritários, étnicos, *religiosos*, culturais e sociais. Como tal, deve contemplar programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.

A grelha de 2022 volta a apresentar uma grande disparidade entre a exibição de programas *culturais/conhecimento* durante os dias úteis e aos fins de semana, com predomínio destes últimos. Cerca de 66,5 % das horas dedicadas a este tipo de programação foram exibidas aos fins de semana, resultado do número de programas transmitidos, isto é, cerca de 62 % das edições de programas de *cultural/conhecimento* foram transmitidas aos sábados e domingos. De notar que esse é um resultado que se fica a dever sobretudo ao facto de a SIC, tal como em anos anteriores, ter continuado a transmitir “O Nosso Mundo” (aos sábados) e “A Vida Selvagem” e “SOS Planeta” (aos domingos), ambos antes do “Primeiro Jornal”, transmitido à hora de almoço e o *magazine* cultural “Etnias” aos sábados, entre as 06h30m e as 07 horas.

TVI

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de **audiência não reduzida** e com periodicidade **regular**.³¹

FIG. 16 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2022)



N= 115H19M45S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO); N= 280 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

Conforme já referido no início deste capítulo, a programação da TVI classificada como *cultura/conhecimento* teve uma representação muito tímida na grelha de 2022. Foi-lhe dedicado 1,8 % do tempo global da programação do ano, o que se traduz em 4,1 % do total global de edições de programa transmitidos.

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

O gênero *informação cultural (magazines culturais)* foi o que mais tempo ocupou na grelha de *cultura/conhecimento*, tendo ocupado 54,5 % do tempo dedicado a este tipo de programação. A justificar esse tempo esteve sobretudo a exibição de “Autores”, um programa em parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores (exibido semanalmente às quintas-feiras, no período noite/madrugada, entre as duas e as três da manhã), mas também de “Mesa Nacional” (transmitido aos domingos, antes das 13h).

Da análise realizada, é possível concluir que apesar de continuar a ser diminuta a representação dos programas *culturais/conhecimento*, o ano de 2022 fica marcado por um aumento percentual do tempo ocupado por este tipo de programação. Para tal contribuiu a estreia de cinco *documentários*, a saber: “África Selvagem”, “As Grandes Cidades do Mundo”, “As Grandes Ilhas do Mundo”, “Os Grandes Felinos” e “Reino Selvagem”. Todos eles foram transmitidos aos sábados, no período da manhã.

31 Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

Estes *documentários* contribuem para uma das funções associadas aos programas *culturais/conhecimento* – a de informar –, a par das funções formar e *entreter*.

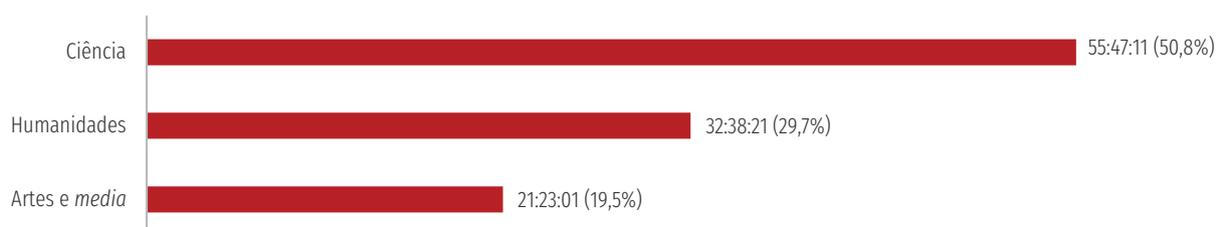
Os resultados de 2022, à semelhança de anos anteriores, evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole formativa na programação anual da TVI. O género *educativo*, cuja principal função é formar, perdeu em 2022 qualquer relevância.

Em termos horários, os programas *culturais/conhecimento* da TVI concentraram-se no *período da manhã*, durante os fins de semana (*documentários*), e no período *noite/madrugada*, durante a semana (programa “Autores”).

CMTV

- Promover os novos valores portugueses, exibindo em estreia **documentários, novas bandas e peças de teatro**.³²

FIG. 17 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2022)



N = 109H48M33S (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

A Lei da Televisão determina que os serviços de programas generalistas devem contribuir para a formação e informação dos públicos, através da exibição de conteúdos relacionados com a cultura e o conhecimento. Adicionalmente, no projeto editorial de autorização para o exercício da atividade televisiva, a CMTV compromete-se a promover novos valores portugueses com a exibição, em estreia, de *documentários*, peças de teatro ou apresentando novas bandas.

A análise da programação de 2022 aponta para a exibição de programas de *cultura e conhecimento* repartidos por três géneros televisivos: *ciência*, *humanidades* e *artes e média*, por esta ordem.

“Falar Global”, programa dedicado à *ciência*, tecnologia e inovação na sociedade portuguesa, e que é classificado na categoria *ciência*, mantém-se na grelha de programação da CMTV, assim como o programa “Língua Mãe” – este de *artes e média*.

Regista-se ainda a exibição do programa “Sábado Viajante”, classificado em *humanidades*.

Em 2022, a programação da CMTV continua a evidenciar uma diversidade muito reduzida de conteúdos de cultura e de conhecimento, não se identificando espaços autónomos como aqueles que o próprio operador projetou exibir.

³² Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

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

RTP geral (RTP1 e RTP2):³³

- Fornecer uma **programação variada e abrangente**, que promova a **diversidade cultural** e tenha em conta os **interesses das minorias**;
- Garantir a transmissão de **programas de carácter cultural, educativo e informativo** para públicos específicos, incluindo os que compõem as **diversas comunidades imigrantes em Portugal**;
- A possibilidade de **expressão e debate** das **diversas correntes de opinião, designadamente** de natureza política, **religiosa** e cultural;
- Fornecer uma **programação variada, diferenciadora e abrangente**, que **promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias**;
- Garantir que os **espaços de informação** dos serviços de programas contribuem para a **sensibilização dos públicos para as questões da integração**, igualdade de género, **coesão social** e **interesses das minorias**;
- Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos **nacionais de países de língua portuguesa**;
- Ceder **tempo de emissão às confissões religiosas**.

RTP2:

- Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, **as confissões religiosas**, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

SIC e TVI:³⁴

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo **grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais**.

Os resultados apurados reportam-se a todos os programas exibidos em 2022 cujas temáticas e público-alvo privilegiam as diferentes comunidades imigrantes residentes em Portugal, comunidades portuguesas no estrangeiro, portugueses com ligação a países de expressão portuguesa, assim como aqueles programas em que se identifica claramente que o objetivo é o de representar e/ou dar voz a grupos minoritários habitualmente excluídos ou marginalizados dos palcos mediáticos, refletindo a diferença e a multiculturalidade e favorecendo uma sociedade mais inclusiva.

Parte-se de um entendimento lato de *grupos minoritários*, incluindo-se na análise todos os programas que abordem diretamente temáticas sobre minorias étnicas, culturais, religiosas e sociais.

Esta opção não dá conta de segmentos ou edições específicas de programas em que tenham sido abordadas questões ligadas a grupos minoritário (por exemplo, reportagens ou entrevistas incluídas em programas *informativos*). Por um lado, porque tal só seria possível mediante análise de conteúdo de cada edição de todos os programas exibidos pelos serviços de programas analisados, o que não é consentâneo com a metodologia seguida.

Apreciadas as grelhas de emissão de 2022 dos cinco serviços de programas generalistas, identificaram-se 1013 edições de programas com as características elencadas, num total de 372h26m40s de programação anual. Para os valores globais não contribui a CMTV, por não se ter identificado nas grelhas deste serviço de programas qualquer espaço autónomo com as características acima enunciadas.

³³ Obrigações nas duas primeiras alíneas decorrentes da LTSAP. Obrigações nas alíneas seguintes decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

³⁴ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).



Apresenta-se de seguida o quadro detalhado desta programação.

FIG. 18 - PROGRAMAS DESTINADOS À PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E DOS INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS NA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV (2022)

Serviço de programas	Programa	Género	Período semanal	Período horário	Duração (hh:mm:ss)	N.º programas
RTP1	Começar de Novo	Humanidades	Fim de semana	Manhã	02:16:04	5
	Habitat	Documentário	Dia da semana	Noite / Madrugada	01:39:34	2
	Portugueses pelo Mundo	Humanidades	Dia da semana; Fim de semana	Noite / Madrugada; Nobre; Tarde	10:52:49	21
	Hora dos Portugueses	Humanidades	Fim de semana	Manhã	33:02:19	43
	Total RTP1				47:50:46	71
RTP2	A Fé dos Homens	Religioso	Dia de semana	Manhã; Tarde	134:50:21	520
	Jantar Indiscreto	Humanidades	Dia de semana	Manhã	04:29:13	6
	África Minha	Informação cultural (magazines culturais)	Dia de semana	Tarde	10:39:51	22
	Repórter África	Serviço noticioso	Dia da semana; Fim de semana	Manhã	116:28:17	261
	Zig Zag - Pablo	Educativo infantil/juvenil	Dia da semana	Manhã / Tarde	05:21:23	29
Total RTP2				271:49:05	838	
SIC	Etnias	Informação cultural (magazines culturais)	Dia da semana; Fim de semana	Manhã; Noite/ Madrugada	25:40:39	52
	Total SIC				25:40:39	52
TVI	Todos Iguais	Magazine informativo	Fim de semana	Manhã; Noite/ Madrugada	27:06:10	52
	Total TVI				27:06:10	52
CMTV	-	-	-	-	-	-

3. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO O SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DO SERVIÇO PÚBLICO

- **Prestação especializada de informação** nas suas diferentes formas, designadamente **documentários, reportagens, noticiários e debates**, acerca de **temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social**, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado
- A par da **informação nacional e internacional**, uma **vocação de proximidade**, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a **temas com interesse para regiões e comunidades específicas**, tendencialmente e sempre que possível através de **janelas de programação com este propósito**.
- Assegurar a difusão, no território nacional, de **programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional**.³⁵

Atendendo a vocação informativa deste serviço temático do operador de serviço público, conforme seria exetável, também em 2022 a maior parte da grelha da RTP3 é composta por programas classificáveis no *macrogénero informativo*, os quais ocuparam 82,4 % das 8302h32m05s dedicadas à programação do ano. Tal como em anos anteriores, os conteúdos de *cultural/conhecimento* surgem na segunda posição, com 12,1 % desse tempo. Em terceiro lugar, com uma representação bem menos expressiva, voltam a surgir os programas classificados como *desportivos*, que representaram 4,9 % do tempo global da programação do ano.

Ainda assim, quando se considera o número global de edições de programas exibidas ao longo do ano, ou seja, 13 329, constata-se que essa representação hegemónica dos conteúdos informativos não é tão vinculada, passando a representar 66,3 % das edições do ano. Por sua vez, os programas classificados no *macrogénero cultura/conhecimento*, que se mantêm como os segundos mais frequentes, atingem uma representação de 24,3 % das edições dos programas transmitidos em 2022.

Em termos de funções de programação, constata-se que mais de 98 % das horas de programação exibidas pela RTP3 em 2022 foram dedicadas a programas que privilegiaram a função *informar*, facto que, uma vez mais, confirma a natureza temática informativa deste serviço de programas. O tempo de programação destinado às restantes funções identificadas foi completamente residual. Os programas que privilegiaram a função *formar* ocuparam 1,1 % do tempo global e os que destinaram a *entretêr* representaram 0,1 % desse tempo.

Quando analisada em detalhe a diversidade de *géneros* classificados no *macrogénero informativo*, os *serviços noticiosos* continuam a ser o *género* mais destacado, representando 66,7 % do tempo dedicado a esses conteúdos. Foram classificados 36 programas como *serviços noticiosos*, sendo que o “360º” e o “Notícias 18/20” são os dois que concentram maior número de horas de exibição, respetivamente 623h53m50s e 459h15m57s. Seguem-se o “24 horas”, “Jornal das 12” e “Notícias 3 às 14”, as duas primeiras acima das 300 horas de emissão e a última com 295h22m20s.

³⁵ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

No que diz respeito à obrigação inerente ao CCSPT de difundir, no território nacional, programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional, verifica-se que foram exibidas 315 edições diárias do “Telejornal Açores” (correspondentes a 165h37m26s) e 314 edições diárias do “Telejornal Madeira” (que contabilizam 158h01m50s). Embora não comprometa o cumprimento desta obrigação, é, contudo, de notar que a hora de emissão destes *serviços noticiosos* se manteve numa faixa horária de menor audiência (entre as 4 e as 6 horas da manhã).

Ainda no que diz respeito à diversidade de *géneros informativos*, verifica-se que os *magazines informativos* se destacam na segunda posição, representando 19,3 % do tempo global da programação da RTP3 em 2022. Aliás, é de notar que, apesar da prevalência do género *serviço noticioso*, foi precisamente um *magazine informativo*, “Bom dia Portugal”, o programa informativo que contabilizou o maior número de horas de emissão (993h15m49s).

Na terceira posição voltou a ficar o género *debate*, ao ocupar 5,8 % do tempo reservado à programação informativa. Sem haver um programa de *debate* que se destaque claramente em relação aos restantes, entre os que concentraram maior volume de horas surgem “O Último Apaga a Luz”, “O Outro Lado”, “Eurodeputados”, “É ou Não é?” e “Fronteiras XXI”.

Além desses três *géneros*, que ocuparam cerca de 92 % do tempo da programação de informação, também foram identificados na grelha da RTP3 programas que privilegiaram os *géneros reportagem* (1,7 %), *entrevista* (4,1 %) e *edição especial* (2,4 %). Quando a análise tem por base o número de edições de programas *informativos* exibidos, constata-se que a representação das reportagens e das entrevistas sobe respetivamente para os 2,7 % e os 5,3 %.

Outra continuidade da grelha da RTP3 a assinalar em termos de diversidade da programação informativa são os programas vocacionados para a atualidade do continente africano, nomeadamente os *serviços noticiosos* “África 7 Dias”, “Repórter África” e “Zoom África” e o *magazine informativo* “África Global”, produzidos em colaboração com as redações da RTP sediadas nesse continente.

No que diz respeito à programação de *cultura e conhecimento*, a segunda a ocupar mais tempo em 2022, foram identificados programas de sete *géneros* distintos. O género com maior expressão foi o da *informação cultural* (*magazines culturais*), que ocupou 39,3 % do tempo dedicado a este tipo de programação, mais precisamente 393h04m25s. Sobressaem, com maior volume horário e número de edições, “Janela Indiscreta” (139h59m07s e 231 edições; inclui duas reexibições), “Todas as Palavras” (96h53m04s e 260 edições; inclui 1 reexibição), “As Horas Extraordinárias” (71h15m57s e 304 exibições, 127 das quais correspondem a reexibições) e “A vida Privada dos Livros” (com 58h39m28s e 280 exibições)

Uma das obrigações específicas deste serviço de programas prende-se com a exibição de *documentários*, género que na tabela de classificação da ERC faz parte do *macrogénero cultural/conhecimento*. Ora, da análise micro realizada a esta programação da RTP3, também foi possível constatar que esse foi o segundo género de *cultura/conhecimento* a que foi dedicado maior número de horas, atrás da *informação cultural* (*magazines informativos*): 296h39m06s, correspondentes a 386 edições. Destaque para o “Doc 3”, programa em exibição neste serviço de programas há vários anos, que ocupou 232h56m34s.

Cerca de 15 % do tempo dedicado à programação *cultural/conhecimento* em 2022 foi reservado a programas que são classificados com o género *humanidades*, o qual volta a surgir como o terceiro mais destacado em volume horário, somando 153h47m13s, correspondentes a 407 edições de programas. “Visita Guiada” e “Essência” mantêm-se como os programas de *humanidades* com mais horas na grelha.

Além de programação *informativa* e de *cultura/conhecimento*, em termos de diversidade, também foram identificados programas classificados nos *macrogéneros* *desportivo*, *entretenimento* e *institucional/religioso*, o primeiro com uma representação de quase 5 % do tempo de programação anual, os dois últimos como uma representação complementar residual.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RTP1, RTP2 e RTP3

A RTP1, como principal serviço de programas generalista do operador público de televisão, exhibe uma programação que se distribui fundamentalmente por três grandes *macrogéneros* – *entretenimento*, *informativo* e também *ficção* – enquanto a RTP2 complementa aquele serviço com uma programação em que os conteúdos *infantis/juvenis* têm o maior peso, seguidos de *informação* e, em terceiro lugar, programas de pendor *cultural/conhecimento*.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Novamente, em 2022, verifica-se que a RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas que oferecem maior diversidade de conteúdos neste horário.

Quanto aos programas *informativos*, a RTP1 cumpriu os requisitos em matéria de emissão diária de três blocos de *noticiários*, emissão semanal de programas de *debate* e *entrevista* e quinzenal de programas de *grande reportagem*.

Ambos os serviços de programas apresentam conteúdos para corresponder às quatro *funções* televisivas previstas na análise. De entre todos os serviços de programas generalistas, é na RTP2 que a função *formar* tem expressão horária mais destacada. A RTP2 assegura, como é sua obrigação, espaços de informação diários que tratem matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente *culturais*.

É também a RTP2 que assegura a grande parcela das incumbências relativas à *formação* e ao *entretenimento* dos públicos infantis e juvenis. O segundo serviço de programas privilegia ainda a programação desportiva, contribuindo para divulgar modalidades que habitualmente têm pouca visibilidade televisiva.

Sobre a RTP3, enquanto canal temático informativo do serviço público de televisão, recaem obrigações relacionadas com a transmissão de informação sob diferentes formas, o que se reflete quer ao nível dos formatos escolhidos para transmitir essa informação, quer ao nível dos temas, ideias e protagonistas a que dá visibilidade. Ora, uma análise baseada somente nos *géneros* e nas *funções* da programação permite inferir que este serviço de programas honra a sua vocação informativa, através de uma grelha composta por programas que privilegiam sobretudo a *função informar*. Em termos de diversidade de *géneros*, ainda que os *serviços noticiosos*, muitos deles com uma periodicidade diária, sejam os programas informativos que ocupam maior percentagem do tempo de programação, alguns *magazines informativos*, programas de *entrevista*, *reportagem* e *documentário* também surgem com regularidade na grelha, pelo menos uma vez por semana.

Apreciados estes elementos gerais da programação da RTP1, da RTP2 e da RTP3, considera-se que, em 2022, as opções de programação destes canais do operador público de televisão são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, verificando-se que proporcionam a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor.

SIC

Realizada uma caracterização global da grelha de programação da SIC em termos de *macrogéneros*, *géneros* e *funções* privilegiados nos programas exibidos em 2022, considera-se que, em diversidade, as opções de programação apenas parcialmente são coerentes com os requisitos exigidos a um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Com efeito, apesar de ter contemplado um total de 24 *géneros* distintos, volta a ser inegável a concentração da programação da SIC em apenas três *macrogéneros* – *entretenimento*, *informativo* e *ficção*, com o primeiro, ainda assim,

claramente predominante. Essa concentração é novamente verificável em termos de *gêneros*, com o predomínio do tempo de programação anual dado aos *talk shows*, *serviços noticiosos* e *telenovelas*. Os restantes géneros identificados acabam por apresentar uma presença diminuta, alguns dos quais muito residual.

Mais distante da meta a que está obrigada no domínio da informação, a SIC continuou a não emitir semanalmente *debates* e *entrevistas* como espaços autónomos de programação, continuando a optar por integrar os dois subgéneros nos *noticiários*.

As programações *infantil/juvenil* e *cultural/conhecimento* voltam a apresentar uma representação que não chega para dar resposta às obrigações assumidas por este serviço de programas para esses dois tipos de programas.

Considerando que a SIC deve ainda oferecer uma programação diversificada, capaz de contribuir para a *informação e formação* do(s) público(s), cumpre notar que a função *entretém* foi claramente a mais privilegiada, surgindo a função informar como a segunda mais destacada, embora com grande diferença. Em 2022, a SIC não transmitiu programas com função de *formar*, sendo por isso desejável um maior investimento.

No que diz respeito à diversidade de programação em diferentes faixas horárias, nomeadamente em *horário nobre*, volta a sobressair uma evidente convergência em programas de dois *gêneros* – *serviços noticiosos* e *telenovelas* – os quais ocuparam quase 84 % do tempo da programação destinada a essa franja horária. Em 2022, os programas de *humor* e os *concursos/jogos*, substituíram os *reality shows* no *horário nobre* da SIC.

Os programas explicitamente vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural continuaram a ter uma representação diminuta na grelha.

TVI

Apreciados estes elementos gerais da programação da TVI, numa análise baseada na caracterização da grelha com base em *macrogêneros*, *gêneros* e *funções*, considera-se que, em 2022, as opções de programação apenas parcialmente são coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Em termos de diversidade de *macrogêneros*, observa-se uma clara concentração do tempo de programação em conteúdos de *entretenimento*, aquele que é claramente dominante, seguido da *ficção* e da *informação*.

Igual conclusão se observa em relação à diversidade de *gêneros*. Apesar de terem sido identificados programas de 26 *gêneros* distintos, três concentram mais de 56 % do tempo de programação anual. Se considerarmos que os *reality shows* surgem como o quarto género que capta maior percentagem desse tempo, cerca de 13 % do volume horário anual, é fácil concluir que os restantes *gêneros* apresentam uma representação diminuta, em alguns casos meramente residual. Importa também assinalar que a percentagem associada aos *reality shows* fica aquém da real expressão destas unidades de programação na grelha da TVI. Os *reality shows*, durante o período em que são emitidos, tendem a nortear os conteúdos de outros programas do canal, designadamente de *entretenimento*, numa lógica de autopromoção.

A falta de diversidade observada na generalidade da grelha de programação é extensível à própria faixa horária do *horário nobre*, cujo tempo foi predominantemente preenchido por *serviços noticiosos* (no caso, o “Jornal das 8”) e *telenovelas*.

Através da análise da frequência de exibição (número de edições de programas) dos programas classificados como *serviços noticiosos*, verifica-se que, em 2022, a TVI cumpriu a obrigação de emissão de três *serviços noticiosos* diários, nos períodos da manhã (“Diário da Manhã”), tarde (“Jornal da Uma”) e *horário nobre* (“Jornal das 8”).

Cumpra sublinhar que TVI continua a apostar em programas autónomos de *debate* (“O Princípio da Incerteza”, que veio substituir o anterior “Circulatura do Quadrado”). Porém, persiste na opção de não exibir programas autónomos do género *entrevista*, transmitindo *entrevistas* no interior dos serviços noticiosos.

No que diz respeito à programação *infantil/juvenil*, com a exibição diária do *desenho animado* “Viva o Rei Juliano” e do programa *educativo infantil/juvenil* “Curious George”, a TVI conseguiu dar resposta à obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. No entanto, a restante programação *infantil/juvenil* continuou a ser concentrada aos fins de semana, através da reposição de *séries* já exibidas em anos anteriores.

Assinala-se também a diminuta expressão na grelha da TVI de programas de índole *cultural/conhecimento*, em particular os que têm uma componente formativa mais vincada. É de salientar, no entanto, a estreia de *documentários* que robustecem este quadrante da programação televisiva do serviço de programas.

Embora tenham sido identificados alguns exemplos na grelha de 2022, é de referir que os programas explicitamente vocacionados para grupos minoritários e para a promoção da diversidade social e cultural constituem ainda uma representação tímida na programação da TVI.

CMTV

Considera-se que, em 2022, as opções de programação da CMTV são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de cobertura nacional de oferecer uma programação diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência. De facto, as características da programação emitida pela CMTV em 2022 continuam, tal como já observado nos anos anteriores, mais coerentes com as de um serviço de programas temático informativo.

Os conteúdos de informação têm uma clara predominância na grelha da CMTV, como preconizado na sua autorização. Ainda assim, como serviço de programas generalista, cabe à CMTV apresentar uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público, pelo que cumpre assim sublinhar a sub-representação ou ausência de alguns *géneros* de programas.

ANEXOS

ANEXO I – METODOLOGIA, CONCEITOS E GRELHA DE ANÁLISE

METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2022 dos três serviços do operador público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP3 – e dos três operadores licenciados SIC, TVI e CMTV, com o modelo de análise a alicerçar-se nos dois conceitos operativos já referenciados – género televisivo e função da programação.

Por **géneros** entende-se as diferentes tipologias de programas (*i.e.*, unidades autónomas no alinhamento de uma grelha de emissão), cujos formatos se encontram relativamente padronizados, considerando o seu conteúdo temático, a forma de conceção/apresentação, a intencionalidade do programador e/ou públicos-alvo.

A identificação dos géneros televisivos faz-se a dois níveis. Um primeiro nível abrange sete grandes categorias de conteúdos (macrogéneros): informativo, desportivo, ficção, infantil/juvenil, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso.

Os sete macrogéneros mencionados subdividem-se em 39 categorias de género. A título de exemplo, o macrogénero informativo é composto pelos sete géneros seguintes: serviço noticioso, reportagem, debate, entrevista, comentário, edição especial, magazine informativo e boletim meteorológico.

Também é aplicado o conceito de **função**, que pretende traduzir a intencionalidade preponderante de um programa televisivo a partir do seu conteúdo e aferir a finalidade prosseguida pelo programador com a inclusão e o posicionamento de um dado programa nas suas grelhas de emissão.

São consideradas as três funções clássicas da atividade televisiva – informar, formar e *entreter* –, conjugadas com a função *promover/divulgar*.

A unidade de análise corresponde aos **programas**, entendidos como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e um genérico final próprios e distintivos dos demais programas e outros elementos da emissão.

O **corpus** da análise é recolhido das bases de dados da Markdata, Mediamonitor/Markttest, com apoio no *software* YUMI. Esta fonte de informação fornece as grelhas de emissão diárias de cada um dos serviços de programas, organizadas cronologicamente, com a duração total de todos os programas exibidos, hora de início e de fim.

A operação de constituição do *corpus* implica a eliminação destas grelhas de todos os elementos de programação que não correspondem à unidade de análise adotada, tal como os intervalos publicitários, os espaços de televentas, as autopromoções, os indicativos de estação, os separadores ou outros elementos de antena semelhantes.

O tratamento dos dados recolhidos tem início com a verificação das obrigações genéricas de diversidade de programação a que os quatro serviços de programas generalistas se encontram sujeitos, compreendendo seguidamente as obrigações específicas de cada um deles relativamente às tipologias de programas a emitir, a sua periodicidade, o seu horário de emissão, entre outras.

Recorde-se que a análise de *géneros televisivos* que é desenvolvida no presente capítulo não tem correspondência direta com a codificação que é produzida pelos serviços da Mediamonitor/Markttest, designadamente em matéria de tipologias de programas. Ou seja, a codificação de um programa não corresponde necessariamente à classificação que lhe é atribuída por aquela fonte de informação, uma vez que estão em causa modelos de análise conceptualmente diversos. No entanto, não havendo divergências, os programas receberão a mesma classificação.

Ao longo da análise são utilizados dois indicadores de medida na apresentação dos dados: duração (hh:mm:ss) e número de programas (frequência de programas emitidos), privilegiando o primeiro. Se o número de programas nem sempre espelha o peso relativo, e em volume horário, que determinado gênero televisivo ou função podem assumir, o indicador ganha pertinência sempre que a avaliação incida numa norma quantificada na legislação aplicável.

Apresenta-se abaixo a grelha de classificação de programas quanto ao gênero televisivo.

Grelha de classificação geral de gêneros televisivos: macrogêneros e gêneros

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a atualidade. São programas de índole jornalística, sob a alçada da direção de informação. Desta categoria estão excluídos programas *informativos* temáticos que possam ser classificados em *macrogêneros* específicas (p. ex. *desportivo*, *cultural/conhecimento*).

Desportivo: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre diferentes modalidades desportivas e para a exibição de competições desportivas diversificadas. A categoria compreende conteúdos de *informação desportiva* (que se subdivide em vários gêneros, incluído o comentário) e *transmissão* de eventos desportivos.

Ficção: programas vocacionados para o *entretenimento* dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas de *ficção*.

Infantil/juvenil: programas que, dentro de vários *gêneros* e formatos televisivos, tenham em comum a vocação de entreter, informar ou formar os públicos infantis/juvenis.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos públicos, sob alçada das direções de programas, nos quais se inclui, entre outros, o gênero *infotainment* (programas que reproduzem formatos característicos dos gêneros *informativos*, mas cuja intenção principal é o entretenimento dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação e *debate* sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitetura, música, artes plásticas, produção audiovisual, design, etc.), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber. Incluem-se nesta categoria os programas especificamente dedicados à formação dos públicos (educativos).

Institucional/religioso: programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. São programas que resultam, em regra, de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar por um dado operador. Integram-se nesta categoria os espaços da responsabilidade de entidades públicas, privadas ou outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

A Figura 19 apresenta a grelha de classificação dos programas televisivos a dois níveis – *macrogêneros* e *gêneros*. A figura estabelece ainda uma correspondência entre *gêneros televisivos* e funções – uma correspondência indicativa, pois é na fase de análise de media que se atribui a cada programa a função predominante, considerando a finalidade que mais se destaca.

FIG. 19 - GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO DE GÊNEROS TELEVISIVOS E RELAÇÃO COM FUNÇÕES

Macrogênero / Gênero	Funções
Informativo	
Serviço noticioso	Informar
Reportagem	
Debate	
Entrevista	
Comentário	
Edição especial	
Magazine informativo	
Boletim meteorológico	
Desportivo	
Informação desportiva	Informar
Transmissão desportiva	Entreter
Resumo desportivo	Informar
Comentário desportivo	Informar
Ficção	
Filme/teledrama	Entreter
Série	
Telenovela	
Infantil/juvenil	
Desenho animado	Entreter
Concurso/jogo infantil/juvenil	
Ficção infantil/juvenil	
Telenovela infantil/juvenil	Formar
Educativo infantil/juvenil	
Informação infantil/juvenil	
Espaço contendor	
Outro (infantil/juvenil)	
Entretenimento	
Concurso/jogo	Entreter
Reality show	
Variedades	
Talk show	
Humor	
Infotainment	
Outro (entretenimento)	
Cultural/conhecimento	
Artes e <i>media</i>	Informar; Formar
Humanidades	
Ciência	
Documentário	Entreter
Espetáculo	
Educativo	
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	
Institucional/religioso	
Institucional	Informar; Formar; Promover/divulgar
Religioso	Promover/divulgar

ANEXO II – OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO

A análise de programação televisiva desenvolvida no presente capítulo do relatório tem como referencial preceitos que constam da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, para todos os serviços de programas analisados, e do “Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão”, para os três serviços de programas da RTP.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas nos diplomas referidos, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do pluralismo e da diversidade da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das funções predominantes na programação dos quatro serviços de programas generalistas e no serviço de programas temático informativo do setor público, sendo esses os que surgem listados de seguida.

FIG. 20 - QUADRO DE REFERÊNCIA – LEI DA TELEVISÃO E DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

(Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho)

Artigo 8.º - Tipologia de serviços de programas televisivos

2. Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público.
3. São temáticos os serviços de programas televisivos que apresentem um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos ou dirigido preferencialmente a determinados segmentos do público.

Artigo 9.º - Fins da atividade de televisão

1. Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados:
 - a) Contribuir para a informação, formação e entretenimento do público.

Artigo 34.º - Obrigações gerais dos operadores

2. Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional:
 - a) Assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural.

Artigo 51.º - Obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão

1. A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespetadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2. À concessionária incumbe, designadamente:
 - a) Fornecer uma programação variada e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
 - b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
 - (...)
 - d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;
 - e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluindo os que compõem as diversas comunidades imigrantes em Portugal;

FIG. 21 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 4.ª – Princípios de atuação

1. A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.
2. Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:
 - (...)
 - c) Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;

FIG. 21 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E DE TELEVISÃO

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

- d) Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
 - e) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
 - f) A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
 - g) Uma informação precisa, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados;
 - h) A promoção económica e cultural de Portugal além-fronteiras;
 - i) A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;
- (...)
3. Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.
- (...)

Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2. À Concessionária incumbe, designadamente:
- a) Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;
 - b) Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
 - c) (...)
 - d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infantojuvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
 - e) Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
 - f) Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
 - g) Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;
 - h) Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;
- (...)
- k) Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais de países de língua portuguesa;
 - n) Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;

Cláusula 7.ª – Âmbito

2. Integram o serviço público de televisão:
- a) Um serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com o objetivo de satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público;
 - b) Um segundo serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil;
- (...)
- e) Um serviço de programas orientado para a prestação especializada de informação, com uma vocação de proximidade e concedendo particular atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas.

FIG. 22 - QUADRO DE REFERÊNCIA – CONTRATO DE CONCESSÃO: OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTA DE ÂMBITO NACIONAL

Obrigações específicas da RTP1

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 9.ª Primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional

1. O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às distintas realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa, conceder especial relevo:
 - a) À informação, designadamente através da difusão de noticiários, debates, entrevistas, reportagens e documentários;
 - b) Ao entretenimento de qualidade e de expressão originária portuguesa, promotor dos valores consagrados no código de conduta e ética da Concessionária;
 - c) À transmissão de programas de caráter cultural; e
 - d) À sensibilização dos telespetadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos.
2. A programação do primeiro serviço de programas assegura a cobertura de manifestações que constituam fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva.
3. A programação do primeiro serviço de programas generalista visa o grande público, pelo que deve incluir programas de entretenimento, dando especial relevo a formatos diferenciadores face os serviços comerciais existentes no mercado., cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, respeito pela dignidade humana e pelas minorias possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista.
- (...)
7. Tendo em conta o disposto na alínea a) do n.º 1 desta cláusula [9.ª], assim como no n.º 1 e na alínea c) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
 - e) Espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
 - f) Espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
 - g) Espaços regulares de entrevista a personalidades que se destaquem na atividade profissional ou cívica;
 - h) Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
 - i) Espaços regulares de grande reportagem;
 - j) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal; e
 - k) Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais relevantes.
8. Tendo em conta o disposto na alínea b) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e no n.º 1 da cláusula 6.ª, a programação do primeiro serviço de programas generalista inclui necessariamente:
 - a) Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas e a coesão nacional;
 - b) Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento;
 - c) Espaços de entretenimento originais e criativos que estimulem a presença de novos valores na televisão portuguesa.
- (...)
10. Tendo em conta o disposto nas alíneas b) e c) do n.º 1 desta cláusula [9.ª] e nas alíneas b), d), h) e j) do n.º 2 da cláusula 6.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:
 - a) Espaços regulares de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas;
 - (...)
 - c) Espaços regulares com grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas;
 - (...)
 - d) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil; e
 - e) Espaços regulares dedicados à promoção da cidadania, esclarecendo os telespetadores dos seus direitos e deveres de participação na vida pública, incentivando-os ao seu exercício e cumprimento, designadamente nas áreas política, educativa, cívica, ambiental e associativa.
11. Para efeitos do disposto nos n.ºs 7 e 10 da presente cláusula [9.ª], e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, considera-se exigível a seguinte frequência mínima:
 - a) Três vezes por dia para os noticiários;
 - b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;
 - c) Quinzenal, para os programas de grande reportagem e documentários; e
 - d) Mensal, para os grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas.

FIG. 23 - QUADRO DE REFERÊNCIA – OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO SEGUNDO SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTA DE ÂMBITO NACIONAL

Obrigações específicas da RTP2

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 10.ª - Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional

1.	O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional compreende uma programação de forte componente cultural e formativa, aberta à sociedade civil.
2.	O segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve assegurar de forma coerente uma programação cultural de qualidade e distinta dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este.
3.	A programação do serviço de programas a que se refere a presente cláusula constitui uma alternativa à oferta do primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional, bem como às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmem visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público.
4.	O segundo serviço de programas generalista concede particular relevo na sua programação ao princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico.
5.	O segundo serviço de programas generalista deve valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.
6.	Algumas das obrigações de programação previstas no número anterior podem ser asseguradas num outro serviço de programas oferecido em acesso não condicionado livre, de modo a promover-se a componente de conteúdos culturais e formativos do segundo serviço de programas.
(...)	
8.	O segundo serviço de programas generalista assegura espaços de informação diários que, de modo contextualizado, e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.
9.	Os espaços de informação do segundo serviço de programas generalista podem recorrer a outros serviços de programas disponibilizados pela Concessionária em plataformas de acesso universal para desenvolver todas as matérias que, pelas características do meio, não possam ser objeto de tratamento exaustivo na emissão televisiva.
10.	O segundo serviço de programas generalista deve incluir espaços educativos e de entretenimento diários, destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação.

FIG. 24 - QUADRO DE REFERÊNCIA – OBRIGAÇÕES ESPECÍFICAS DO SEGUNDO SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTA DE ÂMBITO NACIONAL

Obrigações específicas da RTP3

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015

Cláusula 13.ª - Serviço de programas temático informativo

1.	O serviço de programas temático informativo destina-se à prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente documentários, reportagens, noticiários e debates, acerca de temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado.
2.	O serviço de programas temático informativo deve ter também, a par da informação nacional e internacional, uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a temas com interesse para regiões e comunidades específicas, tendencialmente e sempre que possível através de janelas de programação com este propósito.
(...)	
4.	O serviço de programas temático informativo deve também assegurar a difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional.

ANEXO III – FIGURAS

FIG. 25 - GÊNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO TOTAL) POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	hh:mm:ss	%										
Informativo	2382:01:04	34,5	2216:42:10	26,2	6837:44:45	82,4	1922:10:14	29,7	1191:40:12	19,0	4963:06:14	67,3
Serviço noticioso	843:09:25	12,2	1751:28:37	20,7	4561:30:48	54,9	1506:21:44	23,3	1100:21:04	17,5	4278:24:38	58,0
Reportagem	48:30:58	0,7			116:46:04	1,4					394:26:23	5,3
Debate	80:32:48	1,2	24:20:34	0,3	396:35:16	4,8			37:54:44	0,6		
Entrevista	61:15:36	0,9	0:55:37	0,0	279:59:02	3,4						
Comentário	0:52:49	0,0%	8:49:50	0,1	0:52:41	0,0	0:30:27	0,0			195:44:36	2,7
Edição especial	34:38:21	0,5			161:15:27	1,9	4:50:46	0,1	15:39:39	0,2	78:38:12	1,1
Magazine informativo	1313:01:07	19,0	424:47:59	5,0	1320:45:27	15,9	410:27:17	6,3	37:44:45	0,6	15:52:25	0,2
Boletim meteorológico			6:19:33	0,1								
Desportivo	252:36:00	3,7	567:24:09	6,7	408:24:13	4,9	59:06:53	0,9	81:58:59	1,3	1871:52:01	25,4
Transmissão desportiva	165:35:39	2,4	469:22:54	5,5			55:44:13	0,9	73:26:20	1,2	201:15:45	2,7
Informação desportiva	73:12:31	1,1	82:19:32	1,0	251:07:05	3,0	0:12:34	0,0	8:32:39	0,1	445:41:49	6,0
Resumo desportivo	13:47:50	0,2	15:41:43	0,2			3:10:06	0,0				
Comentário desportivo					157:17:08	1,9					1224:54:27	16,6
Ficção	701:18:07	10,1	885:37:38	10,5			1168:37:54	18,1	1454:51:45	23,2	84:15:37	1,1
Filme/telefilme	325:44:25	4,7	322:40:14	3,8			98:11:20	1,5	47:22:51	0,8	84:15:37	1,1
Série	203:22:46	2,9	560:13:29	6,6			182:58:05	2,8	222:32:18	3,5		
Telenovela	172:10:56	2,5	2:43:55	0,0			887:28:29	13,7	1184:56:36	18,9		
Infantil/Juvenil	150:04:41	2,2	2664:16:59	31,5			194:24:33	3,0	385:03:16	6,1		
Desenho animado	72:58:06	1,1	1666:41:53	19,7%			33:45:40	0,5	112:27:12	1,8		
Concurso/jogo infantil/juvenil			28:12:56	0,3								
Ficção infantil/juvenil			202:03:57	2,4			160:38:53	2,5	250:01:31	4,0		
Educativo infantil/juvenil	59:02:44	0,9	550:56:56	6,5			-	-	22:34:33	0,4		
Informação infantil/juvenil	16:47:21	0,2	33:52:08	0,4								
Espaço contendor	1:05:15	0,0	20:29:22	0,2								
Outro (infantil/juvenil)	0:11:15	0,0	161:59:47	1,9			-	-				
Entretenimento	2653:48:31	38,4	189:00:27	2,2	6:05:01	0,1	2933:49:55	45,4	2962:03:17	47,2	342:26:06	4,6
Concurso/jogo	792:31:58	11,5	110:54:38	1,3			100:02:29	1,5	95:25:33	1,5		
Variedades	341:40:37	4,9					316:56:49	4,9	273:08:28	4,4		
Talk show	1341:35:17	19,4	27:44:11	0,3			1566:32:59	24,2	1251:51:20	19,9	333:43:54	4,5
Humor	41:38:33	0,6	37:37:38	0,4	4:38:12	0,1	239:00:47	3,7	124:00:19	2,0		
Infotainment	44:21:44	0,6	7:34:58	0,1			373:45:57	5,8	348:59:12	5,6	4:49:29	0,1
Reality show							304:42:47	4,7	795:52:30	12,7		
Outro (entretenimento)	92:00:22	1,3	5:09:02	0,1	1:26:49	0,0	32:48:07	0,5	72:45:55	1,2	3:52:43	0,1
Cultural/Conhecimento	687:05:35	9,9	1624:56:31	19,2	1000:30:24	12,1	179:05:36	2,8	115:19:45	1,8	109:48:33	1,5
Artes e media	12:52:18	0,2	234:26:01	2,8	56:13:34	0,7					21:23:01	0,3
Humanidades	63:38:41	0,9	146:23:31	1,7	153:47:13	1,9					32:38:21	0,4
Ciência	0:07:04	0,0	37:33:27	0,4	97:15:37	1,2	2:09:12	0,0	1:18:10	0,0	55:47:11	0,8
Documentário	248:47:17	3,6	862:38:17	10,2	296:39:06	3,6	79:16:18	1,2	44:41:19	0,7		
Espetáculo	242:50:46	3,5	212:23:38	2,5	0:44:53	0,0	14:00:39	0,2	6:28:48	0,1		
Educativo	11:15:44	0,2	11:34:32	0,1	2:45:36	0,0			0:03:01	0,0		
Informação cultural (magazines culturais)	107:33:45	1,6	119:57:05	1,4	393:04:25	4,7	83:39:27	1,3	62:48:27	1,0		
Institucional/Religioso	87:06:47	1,3	316:06:52	3,7	49:47:42	0,6	11:40:37	0,2	84:05:57	1,3	1:43:02	0,0
Institucional	18:47:50	0,3	135:23:54	1,6	49:47:42	0,6	11:40:37	0,2	10:30:19	0,2	1:43:02	0,0
Religioso	68:18:57	1,0	180:42:58	2,1					73:35:38	1,2		
Total	6914:00:45	100,0	8464:04:46	100,0	8302:32:05	100,0	6468:55:42	100,0	6275:03:11	100,0	7373:11:33	100,0

FIG. 26 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	1908	28,6	1964	6,9	8837	66,3	1602	25,5	1256	18,5	5321	66,6
Serviço noticioso	958	14,3	1040	3,6	5847	43,9	989	15,7	1094	16,1	3752	47,0
Reportagem	104	1,6			235	1,8					1082	13,5
Debate	60	0,9	52	0,2	484	3,6			53	0,8		
Entrevista	85	1,3	1	0,0	464	3,5						
Comentário	1	0,0	34	0,1	1	0,0%	1	0,0			321	4,0
Edição especial	18	0,3			172	1,3	2	0,0	18	0,3	65	0,8
Magazine informativo	682	10,2	458	1,6	1634	12,3	610	9,7	91	1,3	101	1,3
Boletim meteorológico			379	1,3								
Desportivo	190	2,8	261	0,9	493	3,7	44	0,7	142	2,1	1547	19,4
Transmissão desportiva	98	1,5	197	0,7			28	0,4	39	0,6	454	5,7
Informação desportiva	77	1,2	47	0,2	354	2,7	1	0,0	103	1,5	450	5,6
Resumo desportivo	15	0,2	17	0,1			15	0,2				
Comentário desportivo					139	1,0					643	8,0
Ficção	713	10,7	943	3,3			2011	32,0	2106	31,0	57	0,7
Filme/telefilme	200	3,0	199	0,7			56	0,9	33	0,5	57	0,7
Série	265	4,0	740	2,6			414	6,6	330	4,9		
Telenovela	248	3,7	4	0,0			1541	24,5	1743	25,7		
Infantil/Juvenil	1006	15,1	20611	72,2			293	4,7	695	10,2		
Desenho animado	315	4,7	9216	32,3			137	2,2	305	4,5		
Concurso/jogo infantil/juvenil			67	0,2								
Ficção infantil/juvenil			466	1,6			156	2,5	330	4,9		
Educativo infantil/juvenil	444	6,6	4389	15,4					60	0,9		
Informação infantil/juvenil	105	1,6	4099	14,4								
Espaço contendor	140	2,1	282	1,0								
Outro (infantil/juvenil)	2	0,0	2092	7,3%								
Entretenimento	1701	25,5	424	1,5	443	3,3	2036	32,4%	2079	30,6	517	6,5
Concurso/jogo	672	10,1	300	1,1			57	0,9	80	1,2		
Variedades	141	2,1					103	1,6	99	1,5		
Talk show	663	9,9	27	0,1			877	13,9	662	9,8	474	5,9
Humor	85	1,3	76	0,3	442	3,3	235	3,7	362	5,3		
Infotainment	24	0,4	18	0,1			379	6,0	260	3,8	26	0,3
Reality show							350	5,6	522	7,7		
Outro (entretenimento)	116	1,7	3	0,0	1	0,0	35	0,6	94	1,4	17	0,2
Cultural/Conhecimento	873	13,1	3337	11,7	3242	24,3	278	4,4	280	4,1	525	6,6
Artes e media	14	0,2	264	0,9	240	1,8					77	1,0
Humanidades	99	1,5	230	0,8	407	3,1					192	2,4
Ciência	1	0,0	102	0,4	772	5,8	13	0,2	75	1,1	256	3,2
Documentário	347	5,2	1143	4,0	386	2,9	103	1,6	57	0,8		
Espetáculo	155	2,3	157	0,6	2	0,0	8	0,1	4	0,1		
Educativo	44	0,7	39	0,1	52	0,4			3	0,0		
Informação cultural (magazines culturais)	213	3,2	1402	4,9	1383	10,4	154	2,4	141	2,1		
Institucional/Religioso	290	4,3	999	3,5	314	2,4	28	0,4	229	3,4	21	0,3
Institucional	227	3,4	374	1,3	314	2,4	28	0,4	169	2,5	21	0,3
Religioso	63	0,9	625	2,2					60	0,9		
Total	6681	100,0	28539	100,0	13329	100,0	6292	100,0	6787	100,0	7988	100,0

FIG. 27 - GÊNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO TOTAL) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Informativo	445:52:33	43,3	199:28:45	19,5	810:08:00	77,7	526:12:40	58,2	469:12:18	51,8	592:53:12	71,7
Serviço noticioso	337:56:18	32,8	177:25:22	17,3	656:38:36	63,0	521:27:45	57,7	463:23:37	51,2	513:28:21	62,1
Reportagem	38:02:13	3,7			9:35:26	0,9					66:57:31	8,1
Debate	48:52:45	4,7	2:48:39	0,3	37:25:45	3,6			1:17:37	0,1		
Entrevista	0:52:49	0,1			46:07:18	4,4						
Comentário	12:42:11	1,2	8:49:50	0,9							0:56:43	0,1
Edição especial	7:26:17	0,7			21:47:43	2,1	4:44:55	0,5	4:31:04	0,5	11:24:00	1,4
Magazine informativo			4:48:29	0,5	38:33:12	3,7					0:06:37	0,0
Boletim meteorológico			5:36:25	0,5								
Desportivo	33:01:27	3,2	31:40:54	3,1	55:53:38	5,4	17:49:36	2,0	49:43:06	5,5	234:01:13	28,3
Transmissão desportiva	33:01:27	3,2	15:59:11	1,6			17:37:02	1,9	48:20:24	5,3	108:14:25	13,1
Informação desportiva					47:37:43	4,6	0:12:34	0,0	1:22:42	0,2		
Resumo desportivo			15:41:43	1,5								
Comentário desportivo					8:15:55	0,8					125:46:48	15,2
Ficção	47:55:05	4,7	281:35:58	27,5			240:40:49	26,6	332:00:30	36,6		
Filme/telefilme	4:44:06	0,5	3:04:37	0,3								
Série	43:10:59	4,2	278:31:21	27,2			1:26:31	0,2				
Telenovela							239:14:18	26,5	332:00:30	36,6		
Infantil/Juvenil			136:52:30	13,4			3:25:54	0,4				
Desenho animado			58:16:23	5,7								
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			46:38:29	4,6			3:25:54	0,4				
Educativo infantil/juvenil			22:35:39	2,2								
Informação infantil/juvenil			0:12:26	0,0								
Espaço contentor			0:11:25	0,0								
Outro (infantil/juvenil)			8:58:08	0,9								
Entretenimento	448:30:47	43,6	34:46:35	3,4	0:19:35	0,0	115:14:04	12,7	54:25:14	6,0		
Concurso/jogo	392:20:45	38,1					42:18:00	4,7	38:48:50	4,3		
Variedades												
Talk show	1:08:54	0,1	27:44:11	2,7								
Humor	32:55:57	3,2	7:02:24	0,7	0:19:35	0,0	54:50:48	6,1	1:47:15	0,2		
Infotainment	2:23:44	0,2										
Reality show							14:44:51	1,6	12:32:39	1,4		
Outro (entretenimento)	19:41:27	1,9					3:20:25	0,4	1:16:30	0,1		
Cultural/Conhecimento	53:41:51	5,2	331:02:38	32,3	172:58:23	16,6			0:32:49	0,1		
Artes e media	0:21:59	0,0	1:30:17	0,1	9:19:09	0,9						
Humanidades	9:34:55	0,9	32:10:17	3,1	7:48:28	0,7						
Ciência			0:43:25	0,1	10:24:01	1,0			0:26:03	0,0		
Documentário	12:03:06	1,2	205:54:15	20,1	103:06:32	9,9						
Espetáculo	31:41:51	3,1	47:52:54	4,7								
Educativo			1:34:23	0,2	0:25:38	0,0						
Informação cultural (magazines culturais)			41:17:07	4,0	41:54:35	4,0			0:06:46	0,0		
Institucional/Religioso	0:04:42	0,0	9:08:43	0,9	2:44:12	0,3	0:57:40	0,1				
Institucional	0:04:42	0,0	7:52:03	0,8	2:44:12	0,3	0:57:40	0,1				
Religioso			1:16:40	0,1								
Total	1029:06:25	100,0	1024:36:03	100,0	1042:03:48	100,0	904:20:43	100,0	905:53:57	100,0	826:54:25	100,0

FIG. 28 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2022)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	490	50,1%	750	26,2	764	58,9	356	43,5	346	33,1	645	65,0
Serviço noticioso	354	36,2	361	12,6	435	33,5	355	43,4	344	32,9	449	45,2
Reportagem	76	7,8			19	1,5					183	18,4
Debate	36	3,7	6	0,2	55	4,2			1	0,1		
Entrevista	1	0,1			92	7,1						
Comentário	20	2,0	34	1,2%							1	0,1
Edição especial	3	0,3			21	1,6	1	0,1	1	0,1	11	1,1
Magazine informativo			13	0,5	142	10,9					1	0,1
Boletim meteorológico			336	11,7								
Desportivo	17	1,7	28	1,0	66	5,1	10	1,2	55	5,3	348	35,0
Transmissão desportiva	17	1,7	11	0,4			9	1,1	26	2,5	267	26,9
Informação desportiva					59	4,5	1	0,1	29	2,8		
Resumo desportivo			17	0,6								
Comentário desportivo					7	0,5					81	8,2
Ficção	71	7,3	344	12,0			334	40,8	579	55,4		
Filme/telefilme	6	0,6	2	0,1								
Série	65	6,6	342	12,0			5	0,6				
Telenovela							329	40,2	579	55,4		
Infantil/Juvenil			739	25,8			2	0,2				
Desenho animado			219	7,7								
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			81	2,8			2	0,2				
Educativo infantil/juvenil			165	5,8								
Informação infantil/juvenil			38	1,3								
Espaço contentor			1	0,0								
Outro (infantil/juvenil)			235	8,2								
Entretenimento	349	35,7	41	1,4	33	2,5	110	13,4	35	3,3		
Concurso/jogo	298	30,5					24	2,9	21	2,0		
Variedades												
Talk show	1	0,1	27	0,9								
Humor	24	2,5	14	0,5	33	2,5	76	9,3	2	0,2		
Infotainment	1	0,1										
Reality show							8	1,0	10	1,0		
Outro (entretenimento)	25	2,6					2	0,2	2	0,2		
Cultural/Conhecimento	50	5,1	889	31,1	412	31,7			31	3,0		
Artes e <i>media</i>	1	0,1	4	0,1	40	3,1						
Humanidades	15	1,5	51	1,8	24	1,8						
Ciência			9	0,3	67	5,2			25	2,4		
Documentário	21	2,1	269	9,4	130	10,0						
Espetáculo	13	1,3	37	1,3								
Educativo			7	0,2	8	0,6						
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)			512	17,9	143	11,0			6	0,6		
Institucional/Religioso	1	0,1	69	2,4	23	1,8	6	0,7				
Institucional	1	0,1	68	2,4	23	1,8	6	0,7				
Religioso			1	0,0								
Total	978	100,0	2860	100,0	1298	100,0	818	100	1046	100,0	993	100,0

RTP1

- Informativos

FIG. 29 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	76:15:00	7,0	428:58:07	58,3	337:56:18	75,8	-	-
Reportagem	4:01:28	0,4	2:20:16	0,3	38:02:13	8,5	4:07:01	3,5
Debate	-	-	-	-	48:52:45	11,0	31:40:03	27,0
Entrevista	8:02:51	0,7	1:15:18	0,2	12:42:11	2,8	39:15:16	33,5
Comentário	-	-	-	-	0:52:49	0,2	-	-
Edição especial	13:28:24	1,2	11:59:38	1,6	7:26:17	1,7	1:44:02	1,5
Magazine informativo	981:33:56	90,6	291:05:41	39,6	-	-	40:21:30	34,5
Total	1083:21:39	100,0	735:39:00	100,0	445:52:33	100,0	117:07:52	100,0

N = 2382h01m04s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 30 - FREQUÊNCIA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	216	35,1	388	60,1	354	72,2	-	-
Reportagem	12	2,0	5	0,8	76	15,5	11	7,0
Debate	-	-	-	-	36	7,3	24	15,3
Entrevista	15	2,4	2	0,3	20	4,1	48	30,6
Comentário	-	-	-	-	1	0,2	-	-
Edição especial	7	1,1	7	1,1	3	0,6	1	0,6
Magazine informativo	365	59,3	244	37,8	-	-	73	46,5
Total	615	100,0	646	100,0	490	100,0	157	100,0

N = 1908 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 31 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	618:10:21	31,8	224:59:04	51,4
Reportagem	46:10:42	2,4	2:20:16	0,5
Debate	79:13:57	4,1	1:18:51	0,3
Entrevista	51:57:27	2,7	9:18:09	2,1
Comentário	0:52:49	0,0	-	-
Edição especial	27:03:19	1,4	7:35:02	1,7
Magazine informativo	1120:50:06	57,6	192:11:01	43,9
Total	1944:18:41	100,0	437:42:23	100,0

N = 2382h01m04s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 32 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	747	47,7	211	61,9
Reportagem	99	6,3	5	1,5
Debate	57	3,6	3	0,9
Entrevista	68	4,3	17	5,0
Comentário	1	0,1	-	-
Edição especial	16	1,0	2	0,6
Magazine informativo	579	36,9	103	30,2
Total	1567	100,0	341	100,0

N = 1908 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 33 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	72:58:06	98,3	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	59:02:44	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	16:47:21	100,0
Espaço contendor	1:05:15	1,5	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	0:11:15	0,3	-	-	-	-
Total	74:14:36	100,0	59:02:44	100,0	16:47:21	100,0

N=150h04m41s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 34 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	315	74,6	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	444	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	140	100,0
Espaço contendor	105	24,9	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	2	0,5	-	-	-	-
Total	422	100,0	444	100,0	140	100,0

N= 1006 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 35 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Gênero	Período horário	
	Manhã	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	72:58:06	48,6
Educativo infantil/juvenil	59:02:44	39,3
Informação infantil/juvenil	16:47:21	11,2
Espaço contendor	1:05:15	0,7
Outro (infantil/juvenil)	0:11:15	0,1
Total	150:04:41	100,0

N=150h04m41s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 36 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Gênero	Período horário	
	Manhã	
	N	%
Desenho animado	315	31,3
Educativo infantil/juvenil	444	44,1
Informação infantil/juvenil	140	13,9
Espaço contentor	105	10,4
Outro (infantil/juvenil)	2	0,2
Total	1006	100,0

N= 1006 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 37 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Gênero	Período semanal	
	Fim-de-semana	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	72:58:06	48,6
Educativo infantil/juvenil	59:02:44	39,3
Informação infantil/juvenil	16:47:21	11,2
Espaço contentor	1:05:15	0,7
Outro (infantil/juvenil)	0:11:15	0,1
Total	150:04:41	100,0

N=150h04m41s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 38 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Gênero	Período semanal	
	Fim de semana	
	N	%
Desenho animado	315	31,3
Educativo infantil/juvenil	444	44,1
Informação infantil/juvenil	140	13,9
Espaço contentor	105	10,4
Outro (infantil/juvenil)	2	0,2
Total	1006	100,0

N= 1006 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 39 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	-	-	12:52:18	3,0
Humanidades	-	-	4:56:37	30,5	58:42:04	13,7
Ciência	-	-	-	-	0:07:04	0,0
Documentário	-	-	-	-	248:47:17	58,1
Espetáculo	242:50:46	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	11:15:44	69,5	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	107:33:45	25,1
Total	242:50:46	100,0	16:12:21	100,0	428:02:28	100,0

N=687h05m35s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 40 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	-	-	-	14	2,1
Humanidades	-	-	6	12,0	93	13,9
Ciência	-	-	-	-	1	0,1
Documentário	-	-	-	-	347	51,9
Espetáculo	155	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	44	88,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	213	31,9
Total	155	100,0	50	100,0	668	100,0

N=873 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 41 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	-	-	0:21:59	0,7	12:30:19	2,8
Humanidades	35:48:06	27,4	5:31:18	9,4	9:34:55	17,8	12:44:22	2,9
Ciência	0:07:04	0,1	-	-	-	-	-	-
Documentário	60:05:08	46,0	7:30:23	12,8	12:03:06	22,4	169:08:40	38,1
Espetáculo	5:51:06	4,5	34:31:55	58,7	31:41:51	59,0	170:45:54	38,5
Educativo	-	-	11:15:44	19,1	-	-	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	28:37:35	21,9	-	-	-	-	78:56:10	17,8
Total	130:28:59	100,0	58:49:20	100,0	53:41:51	100,0	444:05:25	100,0

N=687h05m35s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 42 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	0,0	-	0,0	1	2,0	13	2,6
Humanidades	50	21,4	11	13,6	15	30,0	23	4,5
Ciência	1	0,4	-	-	-	-	-	-
Documentário	85	36,3	9	11,1	21	42,0	232	45,7
Espetáculo	4	1,7	17	21,0	13	26,0	121	23,8
Educativo	-	-	44	54,3	-	-	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	94	40,2	-	-	-	-	119	23,4
Total	234	100,0	81	100,0	50	100,0	508	100,0

N=873 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 43 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	11:33:31	3,3	1:18:47	0,4
Humanidades	9:43:10	2,8	53:55:31	15,8
Ciência	0:07:04	0,0	-	-
Documentário	142:25:19	41,1	106:21:58	31,2
Espetáculo	132:28:56	38,2	110:21:50	32,4
Educativo	-	-	11:15:44	3,3
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	50:11:51	14,5	57:21:54	16,8
Total	346:29:51	100,0	340:35:44	100,0

N=687h05m35s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 44 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2022)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	12	3,0	2	0,4
Humanidades	19	4,7	80	16,9
Ciência	1	0,2	-	-
Documentário	200	49,9	147	31,1
Espetáculo	88	21,9	67	14,2
Educativo	-	-	44	9,3
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	81	20,2	132	28,0
Total	401	100,0	472	100,0

N=873 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

RTP2

- Informativos

FIG. 45 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	177:11:05	99,4	-	-	177:25:22	88,9	1396:52:10	86,1
Debate	-	-	-	-	2:48:39	1,4	21:31:55	1,3
Entrevista	0:55:37	0,5	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	8:49:50	4,4	-	-
<i>Magazine</i> informativo	-	-	216:56:10	99,7	4:48:29	2,4	203:03:20	12,5
Boletim meteorológico	0:05:42	0,1	0:35:25	0,3	5:36:25	2,8	0:02:01	0,0
Total	178:12:24	100,0	217:31:35	100,0	199:28:45	100,0	1621:29:26	100,0

N = 2216h42m10s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 46 - FREQUÊNCIA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	321	97,9	-	-	361	48,1	358	58,5
Debate	-	-	-	-	6	0,8	46	7,5
Entrevista	1	0,3	-	-	-	-	-	-
Comentário	-	-	-	-	34	4,5	-	-
<i>Magazine</i> informativo	-	-	239	87,2	13	1,7	206	33,7
Boletim meteorológico	6	1,8	35	12,8	336	44,8	2	0,3
Total	328	100,0	274	100,0	750	100,0	612	100,0

N = 1964 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 47 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1230:09:01	74,3	521:19:36	92,9
Debate	21:03:55	1,3	3:16:39	0,6
Entrevista	0:55:37	0,1	-	-
Comentário	-	-	8:49:50	1,6
Magazine informativo	398:57:00	24,1	25:50:59	4,6
Boletim meteorológico	4:23:47	0,3	1:55:46	0,3
Total	1655:29:20	100,0	561:12:50	100,0

N = 2216h42m10s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 48 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	740	51,2	300	57,7
Debate	45	3,1	7	1,3
Entrevista	1	0,1	-	-
Comentário	-	-	34	6,5
Magazine informativo	395	27,4	63	12,1
Boletim meteorológico	263	18,2	116	22,3
Total	1444	100,0	520	100,0

N = 1964 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 49 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1666:41:53	80,2	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	28:12:56	1,4	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	202:03:57	9,7	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	550:56:56	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	33:52:08	100,0
Espaço contendor	20:29:22	1,0	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	161:59:47	7,8	-	-	-	-
Total	2079:27:55	100,0	550:56:56	100,0	33:52:08	100,0

N = 2664h16m59s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 50 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	9216	57,8	-	-	-	-
Concurso/jogo infantil/juvenil	67	0,4	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	466	2,9	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	4389	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	282	100,0
Espaço contendor	4099	25,7	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	2092	13,1	-	-	-	-
Total	15940	100,0	4389	100,0	282	100,0

N = 20611 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 51 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1075:48:16	66,7	532:37:14	58,3	58:16:23	42,6
Concurso/jogo infantil/juvenil	28:12:56	1,7	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	54:04:18	3,4	101:21:10	11,1	46:38:29	34,1
Educativo infantil/juvenil	307:07:56	19,0	221:13:21	24,2	22:35:39	16,5
Informação infantil/juvenil	16:55:39	1,0	16:44:03	1,8	0:12:26	0,2
Espaço contentor	14:23:32	0,9	5:54:25	0,6	0:11:25	0,1
Outro (infantil/juvenil)	117:29:24	7,3	35:32:15	3,9	8:58:08	6,6
Total	1614:02:01	100,0	913:22:28	100,0	136:52:30	100,0

N = 2664h16m59s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 52 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	6171	46,3	2826	43,2	219	29,6
Concurso/jogo infantil/juvenil	67	0,5	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	131	1,0	254	3,9	81	11,0
Educativo infantil/juvenil	2685	20,1	1539	23,6	165	22,3
Informação infantil/juvenil	141	1,1	140	2,1	1	0,1
Espaço contentor	2702	20,3	1359	20,8	38	5,1
Outro (infantil/juvenil)	1440	10,8	417	6,4	235	31,8
Total	13337	100,0	6535	100,0	739	100,0

N = 20611 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 53 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1246:58:20	62,8	419:43:33	61,9
Concurso/jogo infantil/juvenil	28:12:56	1,4	-	-
Ficção infantil/juvenil	73:19:06	3,7	128:44:51	19,0
Educativo infantil/juvenil	461:12:45	23,2	89:44:11	13,2
Informação infantil/juvenil	33:52:08	1,7	-	-
Espaço contentor	16:41:41	0,8	3:47:41	0,6
Outro (infantil/juvenil)	126:06:35	6,3	35:53:12	5,3
Total	1986:23:31	100,0	677:53:28	100,0

N = 2664h16m59s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 54 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	7250	44,2	1966	46,8
Concurso/jogo infantil/juvenil	67	0,4	-	-
Ficção infantil/juvenil	179	1,1	287	6,8
Educativo infantil/juvenil	3715	22,6	674	16,1
Informação infantil/juvenil	282	1,7	-	-
Espaço contentor	3287	20,0	812	19,3
Outro (infantil/juvenil)	1633	9,9	459	10,9
Total	16413	100,0	4198	100,0

N = 20611 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 55 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	14:56:27	16,5	219:29:34	16,6
Humanidades	-	-	57:06:46	63,1	89:16:45	6,8
Ciência	-	-	2:11:01	2,4	35:22:26	2,7
Documentário	-	-	4:38:26	5,1	857:59:51	64,9
Espetáculo	212:23:38	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	11:34:32	12,8	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	119:57:05	9,1
Total	212:23:38	100,0	90:27:12	100,0	1322:05:41	100,0

N = 1624h56m31s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 56 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	-	20	12,5	244	8,1
Humanidades	-	-	90	56,3	140	4,6
Ciência	-	-	5	3,1	97	3,2
Documentário	-	-	6	3,8	1137	37,6
Espetáculo	157	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	39	24,4%	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	1402	46,4
Total	157	100,0	160	100,0	3020	100,0%

N = 3337 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 57 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	5:57:11	2,8	26:06:54	5,3	1:30:17	0,5	200:51:39	34,1
Humanidades	18:37:16	8,9	58:23:47	11,8	32:10:17	9,7	37:12:11	6,3
Ciência	0:01:56	0,0	34:30:55	7,0	0:43:25	0,2	2:17:11	0,4
Documentário	159:52:31	76,2	296:33:10	59,9	205:54:15	62,2	200:18:21	34,0
Espetáculo	3:17:51	1,6	29:36:51	6,0	47:52:54	14,5	131:36:02	22,3
Educativo	0:25:47	0,2	9:34:22	1,9	1:34:23	0,5	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	21:32:08	10,3	40:14:50	8,1	41:17:07	12,5	16:53:00	2,9
Total	209:44:40	100,0	495:00:49	100,0	331:02:38	100,0	589:08:24	100,0

N = 1624h56m31s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 58 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	10	1,9	52	4,5	4	0,4	198	25,8
Humanidades	26	4,9	106	9,2	51	5,7	47	6,1
Ciência	1	0,2	84	7,3	9	1,0	8	1,0
Documentário	218	41,0	456	39,7	269	30,3	200	26,1
Espetáculo	2	0,4	20	1,7	37	4,2	98	12,8
Educativo	2	0,4	30	2,6	7	0,8	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	273	51,3	402	35,0	512	57,6	215	28,1
Total	532	100,0	1150	100,0	889	100,0	766	100,0

N = 3337 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 59 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	177:23:07	14,8	57:02:54	13,4
Humanidades	112:07:47	9,4	34:15:44	8,0
Ciência	17:29:46	1,5	20:03:41	4,7
Documentário	741:59:25	61,9	120:38:52	28,3
Espetáculo	49:35:49	4,1	162:47:49	38,2
Educativo	7:46:09	0,6	3:48:23	0,9
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	92:33:49	7,7	27:23:16	6,4
Total	1198:55:52	100,0	426:00:39	100,0

N = 1624h56m31s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 60 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	212	8,4	52	6,4
Humanidades	189	7,5	41	5,1
Ciência	49	1,9	53	6,5
Documentário	967	38,3	176	21,7
Espetáculo	37	1,5	120	14,8
Educativo	23	0,9	16	2,0
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	1049	41,5	353	43,5
Total	2526	100,0	811	100,0

N = 3337 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

SIC

- Informativos

FIG. 61 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	511:58:54	94,7	472:55:05	71,3	521:27:45	99,1	-	-
Comentário	00:30:27	0,1	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	00:05:51	-	04:44:55	0,9%	-	-
Magazine informativo	27:59:21	5,2	190:05:32	28,7	-	-	192:22:24	100,0
Total	540:28:42	100,0	663:06:28	100,0	526:12:40	100,0	192:22:24	100,0

N = 1922h10m14s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 62 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	259	77,3	375	60,4	355	99,7	-	-
Comentário	1	0,3	-	-	-	-	-	-
Edição especial	-	-	1	0,2	1	0,3	-	-
Magazine informativo	75	22,4	245	39,5	-	-	290	100,0
Total	335	100,0	621	100,0	356	100,0	290	100,0

N = 1602 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 63 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1266:29:23	77,6	239:52:21	82,7
Comentário	00:30:27	-	-	-
Edição especial	00:05:51	-	04:44:55	1,6
Magazine informativo	364:56:04	22,4	45:31:13	15,7
Total	1632:01:45	100,0	290:08:29	100,0

N = 1922h10m14s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 64 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	779	60,3	210	67,7
Comentário	1	0,1	-	-
Edição especial	1	0,1	1	0,3
Magazine informativo	511	39,6	99	31,9
Total	1292	100,0	310	100,0

N = 1602 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 65 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2022)

Gênero	Função	
	Informar	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	33:45:40	17,4
Ficção Infantil-juvenil	160:38:53	82,6
Total	194:24:33	100,0

N = 194h24m33s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 66 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2022)

Gênero	Função	
	Informar	
	N	%
Desenho animado	137	46,8
Ficção Infantil-juvenil	156	53,2
Total	293	100,0

N = 293 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 67 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	33:22:57	22,7	-	-	-	-	00:22:43	1,8
Ficção Infantil-juvenil	113:27:20	77,3	23:31:04	100,0	3:25:54	100,0	20:14:35	98,2
Total	146:50:17	100,0	23:31:04	100,0	3:25:54	100,0	20:37:18	100,0

N=194h24m33s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 68 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	134	51,5	-	-	-	-	3	18,8
Ficção Infantil-juvenil	126	48,5	15	100,0	2	100,0	13	81,3
Total	260	100,0	15	100,0	2	100,0	16	100,0

N =293 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 69 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	-	-	33:45:40	18,4
Ficção Infantil-juvenil	11:18:27	100,0	149:20:26	81,6
Total	11:18:27	100,0	183:06:06	100,0

N=194h24m33s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 70 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	-	-	137	47,9
Ficção Infantil-juvenil	7	100,0	149	52,1
Total	7	100,0	286	100,0

N =293 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 71 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2022)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	-	-	2:09:12	1,3
Documentário	-	-	79:16:18	48,0
Espetáculo	14:00:39	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	83:39:27	50,7
Total	14:00:39	100,0	165:04:57	100,0

N=179h05m36s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 72 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2022)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	N	%	N	%
Ciência	-	-	13	1,3
Documentário	-	-	103	48,0
Espetáculo	8	100,0	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	154	50,7
Total	8	100,0	270	100,0

N =278 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 73 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	2:09:12	2,0	-	-	-	-
Documentário	74:46:05	69,0	-	-	4:30:13	6,7
Espetáculo	7:14:59	6,7	3:03:11	100,0	3:42:29	5,5
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	24:09:39	22,3	-	-	59:29:48	87,9
Total	108:19:55	100,0	3:03:11	100,0	67:42:30	100,0

N=179h05m36s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 74 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2022)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Ciência	13	7,8	-	-	-	-
Documentário	100	60,2	-	-	3	2,7
Espetáculo	4	2,4	1	100,0	3	2,7
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	49	29,5	-	-	105	94,6
Total	166	100,0	1	100,0	111	100,0

N =278 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 75 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	-	-	2:09:12	1,8
Documentário	-	-	79:16:18	66,6
Espetáculo	1:30:02	2,5	12:30:37	10,5
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	58:28:56	97,5	25:10:31	21,1
Total	59:58:58	100,0	119:06:38	100,0

N=179h05m36s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 76 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Ciência	-	-	13	7,5
Documentário	-	-	103	59,2
Espetáculo	1	1,0	7	4,0
Informação cultural (magazines culturais)	103	99,0	51	29,3
Total	104	100,0	174	100,0

N =278 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

TVI

- Informativos

FIG. 77 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	155:50:20	84,0	481:07:07	98,5	463:23:37	98,8	-	-
Comentário	-	-	-	-	1:17:37	0,3	36:37:07	75,8
Edição especial	26:03:52	14,0	-	-	-	-	11:40:53	24,2
Magazine informativo	3:43:28	2,0	7:25:07	1,5	4:31:04	1,0	-	-
Total	185:37:40	100,0	488:32:14	100,0	469:12:18	100,0	48:18:00	100,0

N =1191h40m12s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 78 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	365	87,3	385	96,5	344	1,0	-	-
Comentário	-	-	-	-	1	0,0	52	55,9
Edição especial	3	0,7	14	3,5	1	0,0	-	-
Magazine informativo	50	12,0	-	-	-	-	41	44,1
Total	418	100,0	399	100,0	346	1,0	93	100,0

N =1256 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 79 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	833:08:56	94,6	267:12:08	86,0
Comentário	37:54:44	4,3	-	-
Edição especial	9:44:41	1,1	5:54:58	1,9
Magazine informativo	-	-	37:44:45	12,1
Total	880:48:21	100,0	310:51:51	100,0

N =1191h40m12s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 80 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	780	92,3	314	76,4
Comentário	53	6,3	-	-
Edição especial	12	1,4	6	1,5
Magazine informativo	-	-	91	22,1
Total	845	100,0	411	100,0

N =1256 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Infantis/juvenis

FIG. 81 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2022)

Gênero	Função			
	Entreter		Formar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	112:27:12	31,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	250:01:31	69,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	22:34:33	100,0
Total	362:28:43	100,0	22:34:33	100,0

N=385h03m16s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 82 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2022)

Gênero	Função			
	Entreter		Formar	
	N	%	N	%
Desenhos animados	305	31,0	-	-
Ficção infantil/juvenil	330	69,0	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	60	100,0
Total	635	100,0	60	100,0

N=695 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 83 – DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário	
	Manhã	
	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	112:27:12	29,2
Ficção infantil/juvenil	250:01:31	64,9
Educativo infantil/juvenil	22:34:33	5,9
Total	385:03:16	100,0

N=385h03m16s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 84 – FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário	
	Manhã	
	N	%
Desenhos animados	305	29,2
Ficção infantil/juvenil	330	64,9
Educativo infantil/juvenil	60	5,9
Total	695	100,0

N=695 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 85 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	80:00:29	83,2	32:26:43	11,2
Ficção infantil/juvenil	-	-	250:01:31	86,6
Educativo infantil/juvenil	16:10:45	16,8	6:23:48	2,2
Total	96:11:14	100,0	288:52:02	100,0

N=385h03m16s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 86 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenhos animados	217	83,2	88	11,2
Ficção infantil/juvenil	-	-	330	86,6
Educativo infantil/juvenil	43	16,8	17	2,2
Total	260	100,0	435	100,0

N=695 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 87 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	-	-	-	-	1:18:10	1,2
Documentário	-	-	-	-	44:41:19	41,1
Educativo	-	-	0:03:01	100,0	-	-
Espetáculo	6:28:48	100,0	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	62:48:27	57,7
Total	6:28:48	100,0	0:03:01	100,0	108:47:56	100,0

N = 115h19m45s (nº total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 88 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2022)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Ciência	-	-	-	-	75	1,2
Documentário	-	-	-	-	57	41,1
Educativo	-	-	3	100,0	-	-
Espetáculo	4	100,0	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	141	57,7
Total	4	100,0	3	100,0	273	100,0

N = 280 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 89 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	0:26:06	0,7	0:26:01	58,6	0:26:03	79,4	-	-
Documentário	41:04:09	70,1	-	-	-	-	3:37:10	6,5
Educativo	-	-	0:03:01	6,8	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	-	0,0	-	-	6:28:48	11,7
Informação cultural (magazines culturais)	17:04:27	29,1	0:15:20	34,6	0:06:46	20,6	45:21:54	81,8
Total	58:34:42	100,0	0:44:22	100,0	0:32:49	100,0	55:27:52	100,0

N = 115h19m45s (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 90 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ciência	25	0,7	25	58,6	25	79,4	-	-
Documentário	54	70,1	-	-	-	-	3	6,5
Educativo	-	-	3	6,8	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	-	-	-	-	4	11,7
Informação cultural (magazines culturais)	45	29,1	14	34,6	6	20,6	76	81,8
Total	124	100,0	42	100,0	31	100,0	83	100,0

N = 280 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 91 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	1:04:50	2,3	0:13:20	0,3
Documentário	0:46:48	1,6	43:54:31	65,0
Educativo	0:03:01	0,1	-	-
Espetáculo	-	-	6:28:48	9,6
Informação cultural (magazines culturais)	45:53:28	96,0	16:54:59	25,1
Total	47:48:07	100,0	67:31:38	100,0

N = 115h19m45s (Nº TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 92 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Ciência	62	2,3	13	0,3
Documentário	1	1,6	56	65,0
Educativo	3	0,1	-	-
Espetáculo	-	-	4	9,6
Informação cultural (magazines culturais)	104	96,0	37	25,1
Total	170	100,0	110	100,0

N = 280 (Nº TOTAL DE CULTURAIS/CONHECIMENTO)

CMTV

- Informativos

FIG. 93 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2022)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1757:43:14	98,6	1346:54:06	86,3	513:28:21	86,6	660:18:57	64,3
Reportagem	1:39:32	0,1	71:49:57	4,6	66:57:31	11,3	253:59:23	24,7
Comentário		0,0	133:40:51	8,6	0:56:43	0,2	61:07:02	6,0
Edição especial	11:18:49	0,6	8:42:27	0,6	11:24:00	1,9	47:12:56	4,6
Magazine informativo	11:56:43	0,7	-	-	0:06:37	0,0	3:49:05	0,4
Total	1782:38:18	100,0	1561:07:21	100,0	592:53:12	100,0	1026:27:23	100,0

N =4963h06m14s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 94 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	2961:20:19	85,5	1317:04:19	87,9
Reportagem	268:46:45	7,8	125:39:38	8,4
Comentário	179:53:40	5,2	15:50:56	1,1
Edição especial	50:49:40	1,5	27:48:32	1,9
Magazine informativo	3:23:59	0,1	12:28:26	0,8
Total	3464:14:23	100,0	1498:51:51	100,0

N =4963h06m14s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

- Culturais/conhecimento

FIG. 95 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2022)

Gênero	Função	
	Informar	
	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	21:23:01	19,5
Humanidades	32:38:21	29,7
Ciência	55:47:11	50,8
Total	109:48:33	100,0

N =109h48m33s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 96 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2022)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	7:20:57	17,8	14:02:04	20,5
Humanidades	10:58:43	26,6	21:39:38	31,6
Ciência	22:55:48	55,6	32:51:23	47,9
Total	41:15:28	100,0	68:33:05	100,0

N =109h48m33s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

FIG. 97 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2022)

Género	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	11:08:59	19,3	10:14:02	19,7
Humanidades	18:04:28	31,3	14:33:53	28,0
Ciência	28:34:40	49,4	27:12:31	52,3
Total	57:48:07	100,0	52:00:26	100,0

N = 109h48m33s (n.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO)

RTP3

- Informativos

FIG. 98 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	943:39:57	45,3	1838:40:57	88,0	656:38:36	81,1	1122:31:18	60,6
Reportagem	25:36:22	1,2	20:24:55	1,0	9:35:26	1,2	61:09:21	3,3
Debate	31:43:33	1,5	74:23:19	3,6	37:25:45	4,6	253:02:39	13,7
Entrevista	4:15:45	0,2	35:36:40	1,7	46:07:18	5,7	193:59:19	10,5
Comentário	-	-	-	-	-	-	0:52:41	0,0
Edição especial	28:45:54	1,4	27:21:13	1,3	21:47:43	2,7	83:20:37	4,5
Magazine informativo	1051:23:30	50,4	92:00:07	4,4	38:33:12	4,8	138:48:38	7,5
Total	2085:25:01	100,0	2088:27:11	100,0	810:08:00	100,0	1853:44:33	100,0

N = 6837h44m45s (N.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 99 - FREQUÊNCIA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2022)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	1326	56,8	2130	80,6	435	56,9	1956	63,1
Reportagem	48	2,1	44	1,7	19	2,5	124	4,0
Debate	43	1,8	83	3,1	55	7,2	303	9,8
Entrevista	7	0,3	59	2,2	92	12,0	306	9,9
Comentário	-	-	-	-	-	-	1	0,0
Edição especial	34	1,5	10	0,4	21	2,7	107	3,5
Magazine informativo	875	37,5	316	12,0	142	18,6	301	9,7
Total	2333	100,0	2642	100,0	764	100,0	3098	100,0

N = 8837 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

FIG. 100 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2022)

Género	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	3522:06:28	68,8	1039:24:20	60,6
Reportagem	53:44:19	1,0	63:01:45	3,7
Debate	247:53:58	4,8	148:41:18	8,7
Entrevista	210:05:24	4,1	69:53:38	4,1
Comentário	0:52:41	0,0	-	-
Edição especial	106:30:34	2,1	54:44:53	3,2
Magazine informativo	980:29:31	19,1	340:15:56	19,8
Total	5121:42:55	100,0	1716:01:50	100,0

N = 6837h44m45s (n.º TOTAL DE HORAS DE EMISSÃO DE INFORMATIVOS)

FIG. 101 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2022)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	4350	69,5	1497	58,1
Reportagem	106	1,7	129	5,0
Debate	290	4,6	194	7,5
Entrevista	341	5,4	123	4,8
Comentário	1	0,0	-	-
Edição especial	115	1,8	57	2,2
Magazine informativo	1057	16,9	577	22,4
Total	6260	100,0	2577	100,0

N= 8837 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFORMATIVOS)

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO:

CARACTERIZAÇÃO GERAL DOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022

1. NOTA PRÉVIA

A ERC tem vindo a constatar um aumento progressivo no número de participações e queixas sobre conteúdos difundidos em programas de entretenimento, especificamente os *talk shows*, nos serviços de programas televisivos, com particular expressão em 2022¹.

Tendo em linha de conta que estes formatos televisivos constituem uma preocupação dos telespectadores e que suscitam denúncias perante o Regulador, considerou-se pertinente aprofundar a sua análise.

Este trabalho é composto por IV Partes (1. – Caracterização geral; – 2. Infoentretenimento – hibridez de conteúdos; 3. Representação mediática e proteção de menores; 4. Representação mediática da violência doméstica) que publicitam os resultados de uma análise exploratória aos *talk shows* matinais dos serviços de programas da RTP1, SIC, TVI e CMTV, tendo por base uma amostra aleatória de cinco dias úteis, num total de cinco edições por operador.

A linha orientadora fundamental desta análise é o respeito pela liberdade de programação e pela autonomia dos operadores (prevista no artigo 26.º da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido - adiante LTSAP²), enquanto princípios basilares do exercício da atividade de televisão, que decorrem da liberdade de expressão e informação e da liberdade de imprensa consagradas nos artigos 37.º e 38.º da Constituição da República Portuguesa (doravante, CPR).

Estas liberdades não são direitos absolutos e devem ser harmonizadas com outros valores igualmente protegidos pela CPR, com os limites à liberdade de programação estabelecidos no artigo 27.º da LTSAP e com as obrigações definidas pelo artigo 34.º do mesmo diploma.

Pretende-se que as reflexões e as preocupações aqui enunciadas permitam iniciar uma nova linha de diálogo entre a ERC e os operadores, com vista a salvaguardar os direitos do público.

¹ Dados apurados a partir do repositório de deliberações da ERC.

² Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

2. ENQUADRAMENTO JURÍDICO

Para efeitos da presente análise, cumpre começar por elencar o correspondente enquadramento legal.

São atribuições da ERC, designadamente, aquelas previstas nas alíneas d) e j) do artigo 8.º dos referidos Estatutos:

- «d) Garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias;»
- «j) Assegurar o cumprimento das normas reguladoras das atividades de comunicação social.»

Compete ao Conselho Regulador da ERC o disposto na alínea a) do n.º 3 do artigo 24.º:

- «a) Fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais.»
Para além das atribuições e competências da ERC na matéria em estudo, destacam-se, na medida definida nos seus Estatutos³, os seguintes objetivos de regulação, constantes das alíneas c), d) e f) do artigo 7.º:
- «c) Assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitos à sua regulação;»
- «d) Assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis;»
- «f) Assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais sempre que os mesmos estejam em causa no âmbito da prestação de serviços de conteúdos de comunicação social sujeitos à sua regulação.»

Tem ainda aplicação a legislação setorial aplicável aos serviços de programas televisivos, a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)⁴.

Dispõe este articulado legal, no seu artigo 9.º, que constituem fins da atividade de televisão, designadamente:

- «a) Contribuir para a informação, formação e entretenimento do público;»
- «b) Promover o exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações;»
- «c) Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural;»
- «e) Contribuir para assegurar os princípios da tolerância, da solidariedade, da não discriminação e da coesão social;»
- «f) Assegurar, em todas as suas emissões, um nível elevado de proteção dos consumidores.»

A LTSAP determina ainda, no n.º 1 do artigo 26.º, que «a liberdade de expressão do pensamento através dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido integra o direito fundamental dos cidadãos a uma informação livre e pluralista, essencial à democracia e ao desenvolvimento social e económico do País.»

Simultaneamente, a lei setorial prevê, no seu artigo 27.º, um conjunto de limites à liberdade de programação que os operadores televisivos devem observar, nomeadamente:

- «1 - A programação dos serviços de comunicação social audiovisual deve respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos específicos das crianças e jovens, assim como os direitos, liberdades e garantias fundamentais.»

³ Aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

⁴ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual.

- «2 - Os serviços de comunicação social audiovisual não podem, através dos elementos de programação: a) Incitar à violência ou ao ódio contra grupos de pessoas ou membros desses grupos em razão do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, deficiência, idade, orientação sexual ou nacionalidade; b) Incitar publicamente à prática de infrações terroristas previstas e punidas na Lei n.º 52/2003, de 22 de agosto.»
- «3 - Não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e jovens ou a sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar, designadamente os que contenham pornografia ou violência gratuita, nos serviços de programas de acesso.»
- «4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.»
- «6 - Os programas dos serviços audiovisuais a pedido que sejam suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens apenas podem ser disponibilizados mediante a apresentação permanente de um identificativo visual e a adoção de funcionalidades técnicas que permitam a quem esteja atribuído o exercício das responsabilidades parentais, se assim o entenderem, vedar o acesso das crianças e jovens a tais conteúdos.»

Têm também cabimento as obrigações gerais dos operadores, definidas no artigo 34.º da LTSAP, tais como:

- «1 - Todos os operadores de televisão devem garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de autorregulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes.»
- «2 - Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional: d) Assegurar, na sua programação e informação, o respeito por uma cultura de tolerância, não discriminação e inclusão, designadamente impedindo, através da adoção de medidas eficazes, a disseminação do discurso do ódio nas suas emissões.»



3. CARACTERIZAÇÃO GERAL DOS TALK SHOWS

A análise dos *talk shows* televisivos matinais assentou numa amostra aleatória de cinco (5) dias úteis de 2022, com o objetivo de refletir a diversidade da agenda mediática ao longo do ano, incidindo sobre cinco edições de cada operador, num total de 20 programas (*vide* Anexo I – Metodologia):

- “Praça da Alegria”, da RTP1 – 5 edições;
- “Casa Feliz”, da SIC – 5 edições;
- “Dois às 10”, da TVI – 5 edições;
- “Manhã CM”, da CMTV – 5 edições.

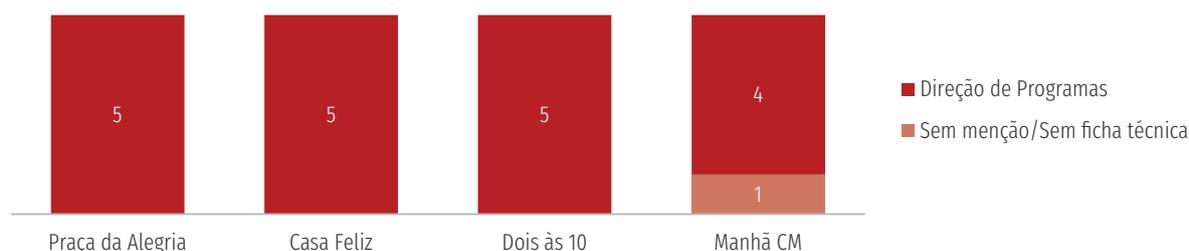
DURAÇÃO DOS TALK SHOWS MATINAIS

Os *talk shows* da RTP1, da SIC e da TVI têm uma duração de cerca de três horas (incluindo intervalos publicitários) e início por volta das 10 horas da manhã.

Já o *talk show* da CMTV, “Manhã CM”, tem uma duração significativamente inferior aos programas dos restantes operadores. Inicia um pouco depois das 9 horas da manhã e termina cerca de dez minutos antes das 11 horas. No entanto, em todas as edições analisadas na amostra, este programa é intercalado por um serviço noticioso, o “Notícias CM” e o “Alerta CM”, com a duração de cerca de 15 minutos.

FICHA TÉCNICA DOS TALK SHOWS MATINAIS

FIG. 1 – IDENTIFICAÇÃO DA DIREÇÃO RESPONSÁVEL PELOS TALK SHOWS



Nota: N = 20 edições.

A Figura 1 refere-se à informação constante nos genéricos finais dos *talk shows* em análise, no caso, relativamente à direção responsável pelo programa.

Os *talk shows* da RTP1, SIC e TVI identificam a Direção de Programas, embora possam apresentar denominações diferentes. Por exemplo, a TVI utiliza a denominação ‘Direção de Entretenimento e Ficção’.

A CMTV distingue-se dos restantes operadores em dois aspetos.

Por um lado, na edição de 15 de fevereiro de 2022, o “Manhã CM” não apresenta qualquer ficha técnica, inexistindo genérico final.

Por outro lado, nas quatro edições em que apresenta a ficha técnica do programa, a denominação utilizada é apenas 'Diretor'. Veja-se que, no caso específico deste canal de televisão, o diretor responsável pelas áreas da programação e da informação é a mesma pessoa, ao contrário do que sucede com os restantes operadores.

Importa ainda sinalizar que o programa "Praça da Alegria", da RTP1, de forma distinta dos restantes operadores, opta por apresentar a ficha técnica em rodapé móvel. Porém, o respetivo conteúdo desloca-se a uma velocidade excessiva, o que praticamente impossibilita a sua leitura (vide Figura 2).

FIG. 2 – CAPTURA DE ECRÃ DA FICHA TÉCNICA DO PROGRAMA "PRAÇA DA ALEGRIA" DA RTP1

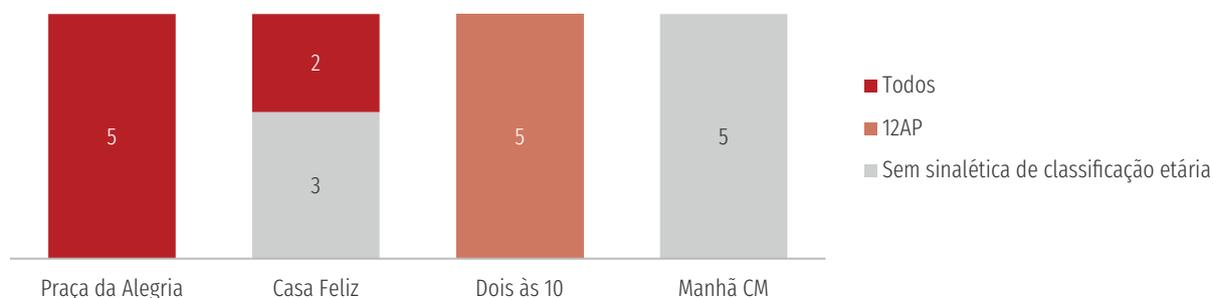


Nota: Edição de 10 de janeiro de 2022.

SINALÉTICA TELEVISIVA DOS TALK SHOWS MATINAIS

CLASSIFICAÇÃO ETÁRIA

FIG. 3 – CLASSIFICAÇÃO ETÁRIA DOS TALK SHOWS



Nota: N = 20 edições.



Em 2006⁵ e 2012⁶, a RTP, a SIC e a TVI adotaram, por via do mecanismo de autorregulação, um sistema de sinalética televisiva comum, pretendendo fornecer informação ao público telespectador sobre as características da programação em termos de classificação etária, funcionalidades disponíveis para públicos com necessidades especiais e tipos de comunicação comercial.

Nessa sequência, também a CMTV⁷ adotou o sistema de sinalização comum aos restantes operadores.

Refira-se que não cabe à ERC supervisionar o cumprimento de acordos de autorregulação. No entanto, este sistema de sinalética deve ser tido em consideração, na medida em que constitui, senão um compromisso, pelo menos uma manifestação de intenções de agir de acordo com determinadas balizas ou critérios perante o setor e a sociedade em geral.

No caso em apreço, e a partir dos dados apresentados na Figura 3, observa-se que a RTP1 classifica o seu *talk show* matinal – “Praça da Alegria” – como um programa para todas as faixas etárias.

Por outro lado, a TVI, no seu *talk show* “Dois às 10”, classifica os respetivos conteúdos como sendo destinados a telespectadores com 12 ou mais anos de idade, sendo ainda recomendável o acompanhamento ou aconselhamento parental no caso de se tratar de públicos com menos de 12 anos.

Já a SIC, no “Casa Feliz”, apresenta uma classificação etária equivalente à da RTP1 (para todos os públicos) em duas edições. Nas restantes três edições que compõem a amostra, este operador não apresenta qualquer sinalética, seja etária, seja de outro tipo.

Do mesmo modo, a CMTV, no seu *talk show* “Manhã CM”, nunca exhibe sinalética de classificação etária, embora apresente a sinalética referente a conteúdos comerciais.

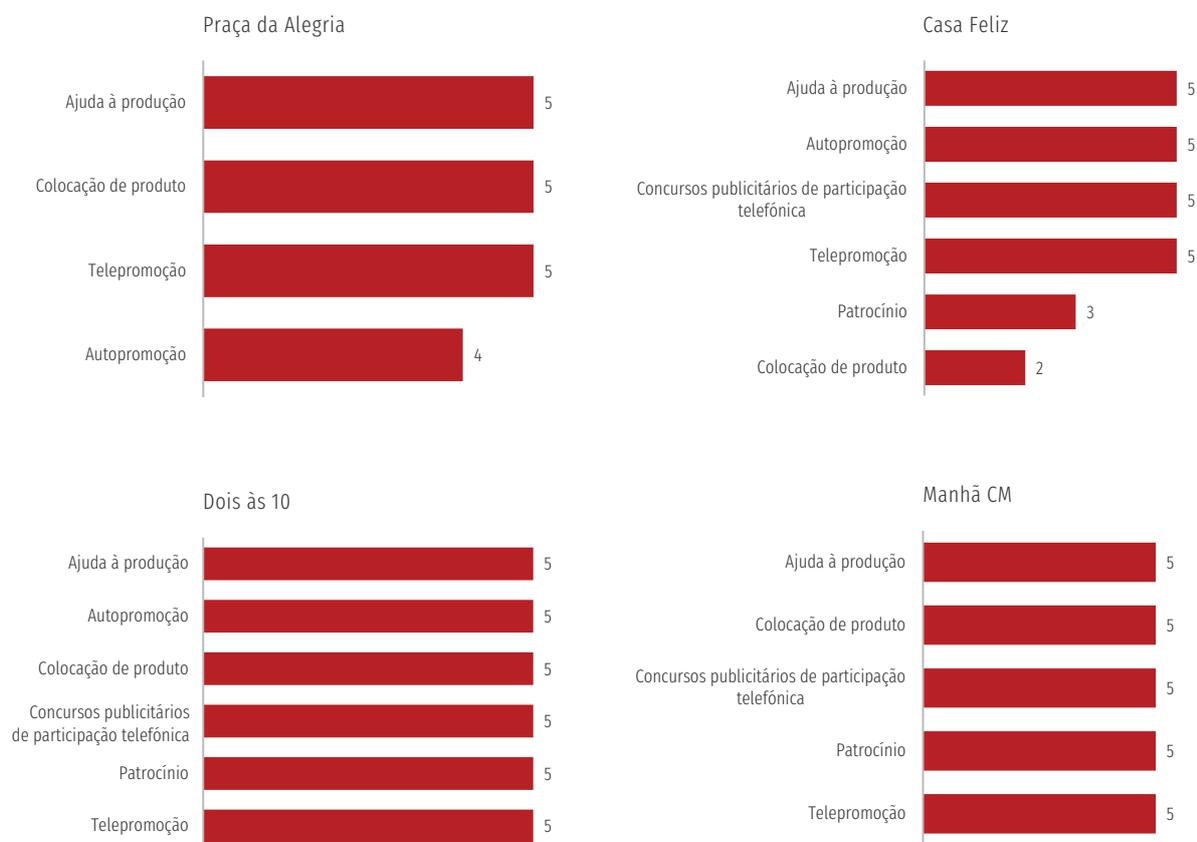
⁵ Disponível em: <https://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/Acordodeautoregulacaosobreaclassificacaodeprogramasdetelevisao.pdf>.

⁶ Disponível em: https://tvi.iol.pt/pdf/sinalizacao_de_emissao_explicacao_para_sites_versao2.pdf.

⁷ Disponível em: https://tvi.iol.pt/pdf/sinalizacao_de_emissao_explicacao_para_sites_versao2.pdf.

CONTEÚDOS COMERCIAIS

FIG. 4 – CONTEÚDOS COMERCIAIS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 100 casos.

A Figura 4 apresenta o perfil das comunicações comerciais presentes nos *talk shows* em análise, a maioria delas a partir da sinalética apresentada em ecrã (com exceção das autopromoções).

As comunicações comerciais audiovisuais referem-se, de acordo com o disposto na alínea e) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP, à «apresentação de imagens, com ou sem som, visando promover, direta ou indiretamente, os produtos, os serviços ou a imagem de uma pessoa singular ou coletiva que exerce uma atividade económica, incluindo as que acompanham um programa ou um vídeo gerado pelos utilizadores, ou neles estejam incluídas, a troco de pagamento ou retribuição similar, ou para fins autopromocionais, podendo, nomeadamente, revestir as modalidades de publicidade televisiva, menção de patrocínio, televenda, colocação de produto, menção de ajuda à produção, telepromoção ou de autopromoção».

No total das 20 edições analisadas, verifica-se que os *talk shows* dos quatro operadores televisivos recorrem a um conjunto variado de tipos de comunicação comercial, como sejam:

- A ajuda à produção, que «consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço num programa, a título gratuito» (al. b), n.º 1, art. 2.º, LTSAP);
- A colocação de produto, menos evidente no “Casa Feliz” da SIC, que «consiste na inclusão ou referência a um bem ou serviço, ou à respetiva marca comercial, num programa ou num vídeo gerado pelos utilizadores, a troco de pagamento ou retribuição similar» (al. d), n.º 1, art. 2.º, LTSAP);

- c) A telepromoção, que consiste em «publicidade televisiva inserida no decurso da interrupção cénica de um programa através do anúncio de bens ou serviços pelo respetivo apresentador» (al. u), n.º 1, art. 2.º, LTSAP).

Para além destes tipos de publicidade, comuns a todos os operadores em análise, assinala-se também a existência de sinalética respeitante a outras formas de comunicação comercial que apresentam algumas diferenças entre os *talk shows*.

O patrocínio, que se refere a «uma contribuição, feita por uma empresa pública ou privada ou por uma pessoa singular não envolvidas na oferta de serviços de comunicação social audiovisual ou de fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, nem na produção de obras audiovisuais, para o financiamento de serviços de comunicação social audiovisual, de serviços de plataformas de partilha de vídeos, de vídeos gerados pelos utilizadores ou de programas a fim de promover o seu nome, a sua marca, a sua imagem, as suas atividades ou os seus produtos» (al. o), n.º 1, art. 2.º, LTSAP), está presente nos *talk shows* da SIC, TVI e CMTV, e ausente do “Praça da Alegria”, da RTP1.

Do mesmo modo, o *talk show* matinal da RTP1 é o único que não tem concursos publicitários de participação telefónica⁸.

Sobre este aspeto, importa referir que o *talk show* “Manhã CM” da CMTV, apesar de apresentar a sinalética correspondente, não tem, nas edições analisadas, concursos deste género que sejam manifestos no decurso do programa.

Já os *talk shows* “Casa Feliz”, da SIC, e “Dois às 10”, da TVI, anunciam o concurso ao longo da emissão e concentram os apelos nos últimos dez minutos do programa (*vide* Figura 5).

FIG. 5 – CAPTURA DE ECRÃ DO CONCURSO PUBLICITÁRIO DE PARTICIPAÇÃO TELEFÓNICA NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

Por fim, pese embora não tenha reflexo numa sinalética concreta, a autopromoção é outra modalidade publicitária a que estes programas recorrem, com exceção do “Manhã CM”, da CMTV.

A autopromoção, que consiste numa «comunicação comercial audiovisual difundida pelo operador de televisão ou por um operador de serviços audiovisuais a pedido relativa aos seus próprios produtos e serviços, incluindo os servi-

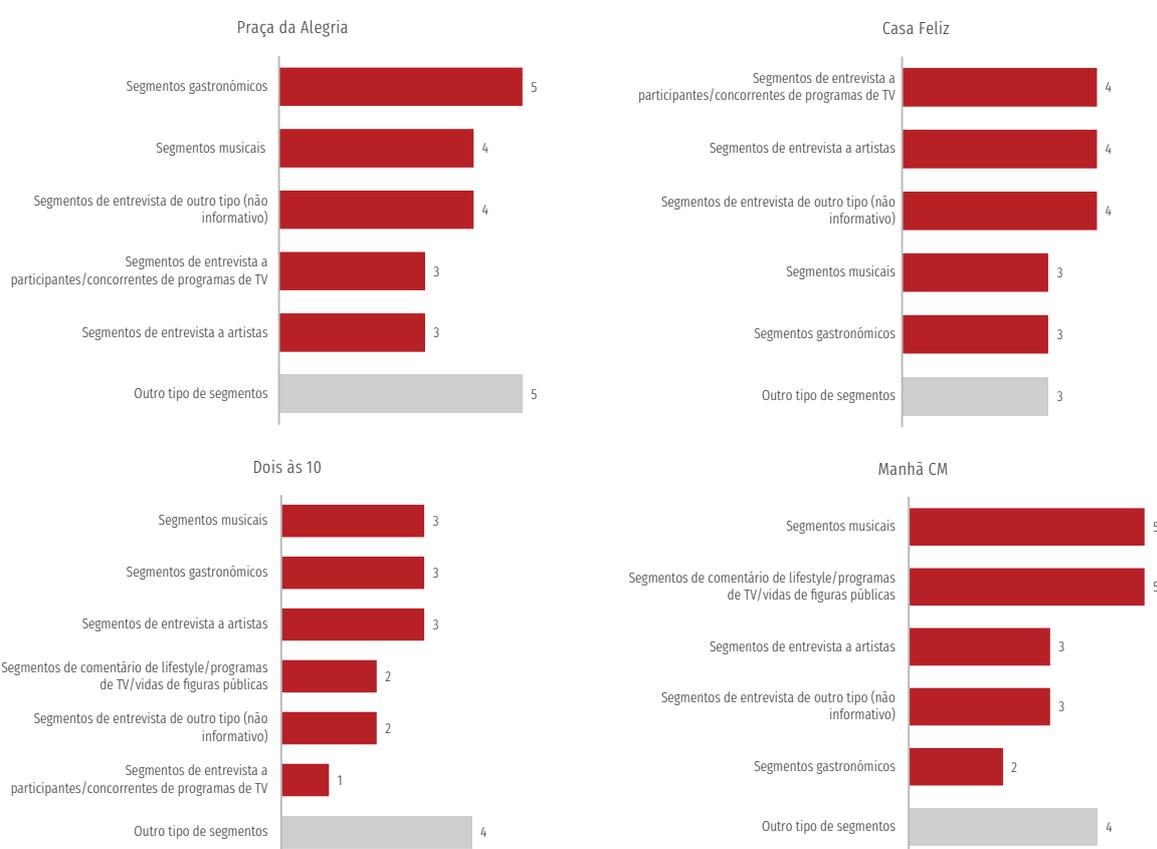
⁸ A este propósito, veja-se a Deliberação da ERC 99/2015 (OUT-TV), disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=MDEXNTQ0NTMtNDNmMC00MGE1LWlyY2QtNGUyMD-QwNjM0OTI0>.

ços de programas televisivos, os serviços audiovisuais a pedido, os programas e produtos conexos com ele diretamente relacionados, bem como as obras cinematográficas e audiovisuais em que tenham participado financeiramente» (al. c), n.º 1, art. 2.º, LTSAP), assume formatos distintos nos *talk shows*, como por exemplo:

- Participação de atores de novelas ou participantes de concursos do canal em rubricas específicas do programa;
- Entrevista a atores de novelas ou participantes de concursos do canal;
- Transmissão de excertos de programas do canal;
- Inserção no ecrã de logotipos de programas do canal.

CARACTERIZAÇÃO DO TIPO DE SEGMENTOS NOS TALK SHOWS MATINAIS

FIG. 6 – TIPO DE SEGMENTOS (NÃO INFORMATIVOS) NOS TALK SHOWS



Nota: N = 85 segmentos.

Os *talk shows* em análise são compostos por um conjunto variado de segmentos não informativos, como se constata a partir da Figura 6.

Denota-se, porém, um perfil distinto entre operadores no que se refere ao tipo de segmentos que compõem os alinhamentos dos respetivos *talk shows*.

Os “segmentos musicais”, nomeadamente atuações musicais ao vivo (*vide* Figura 7), no estúdio a partir do qual se emitem os programas, estão entre os mais frequentes destes formatos, tendência menos evidente no “Casa Feliz”, da SIC.

FIG. 7 – CAPTURA DE ECRÃ DE UMA ATUAÇÃO MUSICAL NO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

Na RTP1 e na TVI também têm destaque os segmentos gastronómicos, onde um convidado prepara uma refeição em estúdio (vide Figura 8).

FIG. 8 – CAPTURA DE ECRÃ DE UM SEGMENTO GASTRONÓMICO NO PROGRAMA “PRAÇA DA ALEGRIA”, DA RTP1



Nota: Edição de 10 de janeiro de 2022.

No caso do *talk show* “Casa Feliz”, da SIC, evidencia-se um perfil mais concentrado em entrevistas em estúdio, sejam «entrevistas a participantes e concorrentes de programas de televisão» (vide Figura 9), sejam «entrevistas a artistas», ou «entrevistas de outro tipo».

FIG. 9 – CAPTURA DE ECRÃ DE UMA ENTREVISTA A UM PARTICIPANTE EM PROGRAMA DE TELEVISÃO NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

De destacar ainda o peso dos segmentos de «comentário ou tertúlia, sobre figuras públicas» no programa “Manhã CM”, exibido pela CMTV.

Neste caso, para além da frequência, a análise permitiu verificar que estes segmentos, com três comentadores em estúdio, ocupam uma parte significativa de cada edição do “Manhã CM” (vide Figura 10).

FIG. 10 – CAPTURA DE ECRÃ DE UM ESPAÇO DE COMENTÁRIO SOBRE A VIDA DE FIGURAS PÚBLICAS NO PROGRAMA “MANHÃ CM”, DA CMTV



Nota: Edição de 17 de janeiro de 2022.

Já as «entrevistas de outro tipo», presentes nos *talk shows* de todos os operadores, embora com menor expressão no “Dois às 10”, da TVI, têm características variadas.

Por exemplo, existem entrevistas a autarcas e empresários para promoção de iniciativas ecológicas (“Manhã CM”, CMTV, 2 de junho de 2022, na Figura 11); entrevistas a associações de proteção de animais (“Praça da Alegria”, RTP1, 2 de junho de 2022, na Figura 12); entrevistas a fundadoras de projetos de beleza (“Casa Feliz”, SIC, 6 de abril de 2022, na Figura 13), etc.

FIG. 11 – CAPTURA DE ECRÃ DE UMA ENTREVISTA DE OUTRO TIPO NO PROGRAMA “MANHÃ CM”, DA CMTV



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

FIG. 12 – CAPTURA DE ECRÃ DE UMA ENTREVISTA DE OUTRO TIPO NO PROGRAMA “PRAÇA DA ALEGRIA”, DA RTP1



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

FIG. 13 – CAPTURA DE ECRÃ DE UMA ENTREVISTA DE OUTRO TIPO NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 6 de abril de 2022.

Estes programas são ainda compostos, por vezes, por “outro tipo” de segmentos não enquadráveis nas categorias acima elencadas, como se pode ver na Figura 6 *supra*.

Verifica-se uma grande variedade no formato destes segmentos entre *talk shows* de diferentes operadores.

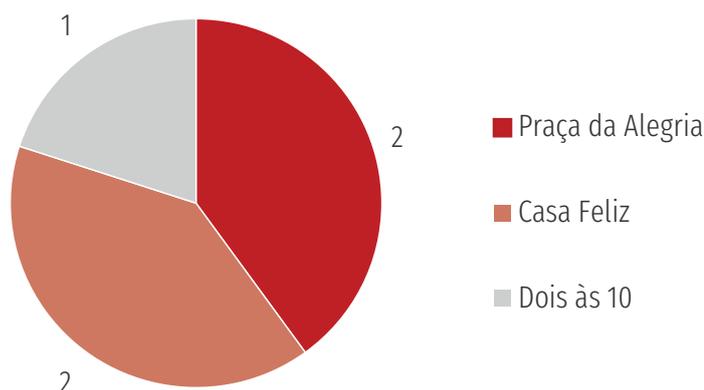
O programa “Praça da Alegria”, da RTP1, é aquele onde estes segmentos estão mais presentes. São, por regra, espaços de divulgação de tradições e culturas locais de várias regiões do país, compostos por intervenções em direto, demonstrações artísticas e entrevistas a participantes e/ou divulgadores das artes e tradições locais (*vide* Figura 14).

FIG. 14 – CAPTURA DE ECRÃ DE UM SEGMENTO DE OUTRO TIPO NO PROGRAMA “PRAÇA DA ALEGRIA”, DA RTP1



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

FIG. 15 – PRESENÇA DE SEGMENTOS DE SAÚDE NOS TALK SHOWS



Nota: N = 5 segmentos.

Do total de 20 edições analisadas, apenas cinco incluem segmentos de saúde (*vide* Figura 15).

No caso do programa “Praça da Alegria”, da RTP1, identifica-se o segmento de saúde, denominado “Consultório da Praça”, nas edições de 15 de fevereiro e de 22 de julho de 2022.

Uma das edições conta com a presença de uma nutricionista e debruça-se sobre os mitos e verdades dos alimentos, e a outra tem como convidada uma podologista, onde se abordam os cuidados a ter com os pés no verão.

Nos segmentos de saúde destas duas edições não se disponibilizam canais específicos de contacto com o operador, não há interação com os telespectadores através de chamadas telefónicas e não se responde diretamente a questões de saúde concretas.

No programa “Casa Feliz”, da SIC, são identificadas duas edições com conteúdos de saúde.

Na edição de 15 de fevereiro de 2022, a rubrica “Consultório Casa feliz”, realizada a partir do estúdio do programa, tem a presença de um médico que, simulando um consultório, conversa com quatro pacientes, um deles através de videochamada (*vide* Figura 16). Os pacientes relatam os seus problemas de saúde e o médico apresenta as possibilidades de intervenção, sejam cirúrgicas, sejam medicamentosas. Ou seja, neste caso, existem respostas diretas a perguntas sobre problemas de saúde.

Já na edição de 10 de janeiro de 2022 do programa “Casa Feliz”, o espaço relacionado com temas de saúde tem um formato distinto e não apresenta uma denominação específica, como na edição acima referida.

Em concreto, é constituído por uma entrevista em estúdio a uma jovem que tem medo de animais. Ao telefone está uma hipnoterapeuta que diagnostica a situação como zoofobia e informa que irá seguir a jovem na sua clínica.

No *talk show* da TVI, “Dois às 10”, apenas se identificou na amostra um espaço de saúde, na edição de 15 de fevereiro de 2022.

A rubrica não tem nome e é constituída por duas peças editadas que apresentam os casos de duas pessoas, um homem e uma mulher, que têm condições de saúde que provocam dores nas costas.

Estas duas peças são seguidas por entrevistas em estúdio, a um médico fisiatra e a um médico dentista, que apresentam soluções, nas suas áreas de especialidade, para os problemas antes identificados.

As características e o decorrer dos segmentos de saúde identificados nas edições analisadas na amostra não suscitam, no caso concreto, preocupações ao nível regulatório.

Porém, importa sublinhar, tal como a ERC já teve oportunidade de referir na sua Deliberação 100/2015 (CONTPROG-TV)⁹, que a saúde individual é uma questão que pertence ao núcleo essencial da dignidade da pessoa humana e perante a qual os operadores televisivos devem atuar de forma cautelosa, responsável e construtiva, em observância da sua obrigação de respeito pela ética de antena, que tem previsão no n.º 1 do artigo 34.º da LTSAP.

FIG. 16 – CAPTURA DE ECRÃ DO SEGMENTO “CONSULTÓRIO CASA FELIZ” NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

4. CARACTERIZAÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL

A avaliação da diversidade cultural considera, tendo em vista o previsto no Art. 51.º, n.º 1 e n.º 2 alínea b) da LTSAP, todas as obras, criações, expressões e práticas culturais de diferentes áreas, como música, dança, moda, fotografia, cinema, televisão, teatro, arquitetura, literatura, gastronomia, entre outras, de uma determinada pessoa ou grupo de pessoas, quer de origem nacional, quer de origem internacional.

Neste ponto, entende-se por manifestações culturais as expressões e práticas de um determinado grupo de pessoas que refletem a sua identidade, ou seja, os seus valores, crenças, tradições e costumes. Estas manifestações podem ser de diferentes dimensões: materiais (artesanato, trajes típicos, produtos gastronómicos, etc.) ou não-materiais (linguagem, símbolos, expressões artísticas – ex. teatro, dança, música -, crenças, etc.).

Considerando a importância que tem a promoção das manifestações culturais portuguesas pelos operadores de televisão, especialmente do operador de serviço público, a sua análise é distinguida mais à frente neste capítulo.

⁹ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=Y2ZiNGMzNzMtNjc2OS00MTg1LWFIZWYtNWY1Yjc4NmY3YjIj>.

A maioria dos *talk shows* matinais analisados apresenta espaços com atuações e/ou promoções de expressões culturais. Apenas numa edição do “Dois às 10”, da TVI, especificamente a de 6 de abril, não se identifica a presença de qualquer expressão.

As expressões culturais presentes nos *talk shows* matinais caracterizam-se por serem transmitidas em momentos específicos, nomeadamente em entrevistas aos artistas, dando detalhes do seu trabalho ou vida profissional, e/ou em apresentações das suas obras.

FIG. 17 – EXPRESSÕES CULTURAIS POR EDIÇÃO

Edição	Praça da Alegria (RTP1)	Casa Feliz (SIC)	Dois às 10 (TVI)	Manhã CM (CMTV)
10/01/2022	7	2	1	-
17/01/2022*	-	-	-	3
15/02/2022	7	1	2	1
06/04/2022	3	1	-	1
02/06/2022	8	3	1	3
22/07/2022	9	3	1	4
Total	34	10	5	12

*A CMTV não exibiu o seu *talk show* matinal no dia 10 de janeiro de 2022, pelo que foi selecionado, em alternativa, o dia 17 de janeiro de 2022.

As apresentações musicais de bandas e artistas portugueses destacam-se entre as expressões culturais identificadas nos *talk shows* dos quatro serviços de programas.

A “Praça da Alegria”, da RTP1, sobressai pelo maior número de atuações e promoções culturais, assim como pela diversidade de obras e expressões artísticas exibidas.

FIG. 18 – EXPRESSÕES CULTURAIS POR TIPOLOGIA E ORIGEM

Edição	Praça da Alegria (RTP1)	Casa Feliz (SIC)	Dois às 10 (TVI)	Manhã CM (CMTV)
Nacional	31	9	5	11
Música	10	4	4	7
Gastronomia	6	1	-	2
Combinação de categorias	4	1	-	1
Dança	2	-	-	1
Teatro	1	2	-	-
Moda	2	-	-	-
Telenovela	-	1	1	-
Fotografia	1	-	-	-
Outra	5	-	-	-
Internacional	3	-	-	-
Música	1	-	-	-
Combinação de categorias	1	-	-	-
Gastronomia	1	-	-	-
Nacional e internacional*	-	1	-	1
Música	-	1	-	1
Total	34	10	5	12

*Considera os artistas que sendo oriundos de outros países, residem em Portugal. A obra destes artistas reflete a suas origens culturais.

Na edição da “Praça da Alegria” de 6 de abril as expressões culturais são parte do concurso “Temos Artista”, que decorre ao longo do programa. Neste concurso participam um comediante, uma bailarina e um mágico, todos são apresentados com uma reportagem, mostram o seu espetáculo perante um júri e são entrevistados. No final da edição, apresenta-se a votação do público e o vencedor, que transita para outra fase do concurso que terá continuação noutra edição do programa.

FIG. 19 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 6 DE ABRIL DA “PRAÇA DA ALEGRIA”



Nos *talk shows* matinais dos operadores de televisão privados, as expressões culturais estão presentes em menor número e são menos diversas no que diz respeito às áreas culturais.

Na “Casa Feliz”, da SIC, e no “Dois às 10”, da TVI, a presença de manifestações artísticas ocorre com a promoção de produções de novelas do próprio operador de televisão, através de entrevistas realizadas aos artistas participantes das produções. Também se apresentam atuações musicais de concorrentes que participam noutros programas do canal, como na edição de 22 de julho da “Casa Feliz”, no qual três artistas do programa “Cantor ou Impostor?” são convidados.

A “Manhã CM”, da CMTV, caracteriza-se por apresentar principalmente atuações musicais. Outras expressões, como da área da gastronomia, surgem com a preparação ou apresentação de pratos típicos portugueses.

As expressões culturais internacionais aparecem em menor número nos *talk shows* matinais considerados. A edição da “Praça da Alegria” de 22 de julho destaca-se com atuações musicais do grupo brasileiro “Canta Brasil” e a preparação de um prato típico brasileiro confeccionado por uma convidada oriunda do Brasil. Também nesta edição mostra-se, em direto desde Viana do Castelo, uma atuação do Grupo Folclórico Colômbia, que participará no Festival Internacional de Folclore a realizar-se na cidade.

No “Manhã CM” e na “Casa Feliz” identificam-se expressões culturais musicais de origem nacional e internacional, nos dois casos são artistas oriundos de outros países mas que a sua carreira artística ou parte dela tem sido feita em Portugal. Na edição da “Manhã CM” trata-se do cantor angolano Belito Campos e no programa “Casa Feliz” apresenta-se a brasileira Valeria Carvalho.

MANIFESTAÇÕES CULTURAIS PORTUGUESAS

Determinadas expressões culturais apresentadas nos programas são manifestações da identidade de uma região, como por exemplo pratos e produtos típicos, festividades, bailes, crenças e tradições populares. De seguida, apresentam-se estas e outras expressões que representam a cultura portuguesa.

A RTP1 destaca-se pela promoção de diversas manifestações culturais portuguesas. Das cinco edições visionadas, apenas em uma não se identifica alguma expressão cultural de Portugal, especificamente no programa de 6 de abril.

Nos *talk shows* dos operadores privados, estas expressões estão menos presentes; nas edições da “Casa Feliz” e do “Dois às 10” identifica-se uma. No “Manhã CM” observam-se cinco manifestações culturais portuguesas.

FIG. 20 – MANIFESTAÇÕES CULTURAIS PORTUGUESAS POR EDIÇÃO

Edição	Praça da Alegria (RTP1)	Casa Feliz (SIC)	Dois às 10 (TVI)	Manhã CM (CMTV)
10/01/2022	12	1	-	-
17/01/2022*	-	-	-	1
15/02/2022	4	-	1	-
02/06/2022	4	-	-	1
22/07/2022	2	-	-	3
Total Geral	22	1	1	5

*A CMTV não exibiu o seu *talk show* matinal no dia 10 de janeiro de 2022, pelo que foi selecionado, em alternativa, o dia 17 de janeiro de 2022.

A maioria das edições analisadas da “Praça da Alegria” caracteriza-se por apresentar, em direto desde o local ou em estúdio, grupos folclóricos, gastronomia, artesanato e tradições de várias localidades do país. A presença de manifestações culturais portuguesas no programa surge em determinados momentos ou são parte central da emissão, como se identifica na edição de 10 de janeiro de 2022. Nesta edição, três repórteres encontram-se em diferentes pontos do território: em Aveiro, em Amarante e em Santarém.

Desde Aveiro promove-se a Festa de São Gonçalinho com transmissões em direto desde a Capela de São Gonçalinho no bairro Beira-Mar. Apresenta-se o grupo que organiza a celebração – a Mordomia de São Gonçalinho – que explica detalhes do evento, as tradições locais (lançamento das cavacas desde o cimo da capela) e fazem uma atuação musical e do lançamento das cavacas.

FIG. 21 – CAPTURAS DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 10 DE ABRIL DA “PRAÇA DA ALEGRIA” DESDE O EXTERIOR



Em Amarante também se promove a festa religiosa de São Gonçalo com imagens da Igreja de São Gonçalo que reabre ao público, uma entrevista ao padre da igreja que fala sobre as obras de conservação e restauro, as tradições populares e o santo; e noutro momento do programa é apresentado o doce típico de Amarante: os “quilhõezinhos de São Gonçalo”.

A transmissão em direto desde Santarém realiza-se desde a Igreja Matriz de Abitureiras, com uma entrevista ao Presidente da Assembleia Geral da Federação do Folclore Português que fala sobre as lendas que estão associadas à igreja. Também é apresentado o artesanato da localidade, o qual é feito em bunho; nesta ocasião o repórter entrevista um artesão local que explica a arte e as dificuldades de a manter. O repórter elogia o trabalho do artesão e salienta a importância de preservar as tradições locais.

FIG. 22 - CAPTURAS DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 6 DE ABRIL DA “PRAÇA DA ALEGRIA” EM ESTÚDIO



Nesta edição de 10 de janeiro, em estúdio, o Grupo Folclórico de Abitureiras aparece ao longo do programa com várias apresentações musicais e comentários do diretor do grupo sobre a história, trajes típicos, costumes, tradições e figuras representativas de Abitureiras que são representadas pelos elementos do grupo folclórico. Também em estúdio é preparado um prato típico de Abitureiras por um cozinheiro da região vestido tipicamente e que conta a história do prato (refeição servida a quem trabalhava no campo).

Noutras edições da “Praça da Alegria” identifica-se a presença de manifestações culturais portuguesas, não sendo o foco principal do programa. Por exemplo, na edição de 15 de fevereiro apresenta-se a tradição do Entrudo Lagarteiro do Vilar de Amargo, bem como um prato típico que faz parte da tradição: o caldo das viúvas; na mesma edição apresentam-se duas marcas portuguesas de moda, uma de sapatos com detalhes dos lenços dos namorados e outra de joalheria inspirada na filigrana portuguesa; e em direto desde a reconhecida queijaria Simões promove-se o queijo de Azeitão.

Na edição de 2 de junho mostram-se as artes, culturas e tradições de Penalva do Castelo. O rancho folclórico faz parte da emissão enquanto a repórter entrevista um artesão e o presidente da junta de freguesia em direto desde o local; no estúdio promove-se o Festival da Codorniz do Landal e apresentam-se produtos e doces típicos do Landal. Nesta edição há uma atuação musical interpretada com viola amarantina.

O programa matinal da RTP de 22 de julho conta com a apresentação em estúdio de uma parte do espetáculo do projeto “Alto” da Associação Cultural Contracanto que promove os produtos do Alto Mondego. Desde Alcácer do Sal celebra-se a romaria em Honra de Santa Maria do Castelo e o repórter no local entrevista o padre da Igreja Santa Maria do Castelo que comenta a tradição; noutros momentos do programa o repórter promove o Festival Sabores de Sado que faz parte da festividade religiosa.

No *talk show* da SIC identifica-se a presença de uma manifestação cultural portuguesa, trata-se da preparação de um prato típico alentejano, feito por um ex-concorrente do “Hell’s Kitchen” na edição de 10 de janeiro. Durante a preparação do prato, o *chef* é entrevistado e a conversa centra-se no seu percurso profissional e vida pessoal, assim como nos aspetos culinários do prato.

FIG. 23 - CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 10 DE JANEIRO DA “CASA FELIZ”



Apenas uma edição do “Dois às 10” do total analisado mostra uma expressão cultural portuguesa. O programa de 15 de fevereiro conta com uma tradição musical de Ferreira de Zêzere: o acordeão. Esta manifestação cultural surge num espaço em que se apresenta a história de vida de um casal que se conheceu num atelier de acordeão, o casal fala sobre a sua vida pessoal e profissional. Apresenta-se uma atuação musical de acordeão, interpretada pelo Presidente da Junta de Freguesia de Ferreira do Zêzere, filho de um elemento do casal. Na entrevista realizada ao Presidente da Junta de Freguesia há referências ao Festival Internacional de Acordeão de Ferreira do Zêzere.

FIG. 24 - CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 15 DE FEVEREIRO DO “DOIS ÀS 10”



vereadora da Câmara Municipal de Vila Real expõe e comenta vários produtos da gastronomia, peças de artesanato e festividades locais.

FIG. 24 - CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DAS “MANHÃS CM”



No “Manhã CM” destacam-se duas edições realizadas no exterior, a de 2 de junho, em Portimão, e a de 22 de julho, em Vila Real. Na edição em Portimão, no espaço gastronómico, é preparado por um *chef* um prato típico da região e referem-se questões culinárias relacionadas com o prato. No programa transmitido desde Vila Real participa o Grupo de Bombos “Águias da Lage”, o qual pertence a “Comissão de Honra do Bombo a Património de Portugal”; é entrevistado o Presidente da Câmara Municipal de Vila Real que promove a cidade, referindo aspetos culturais e históricos; e noutro momento do programa a

Nas edições transmitidas em estúdio do *talk show* da CMTV, no programa de 17 de janeiro, é transmitida uma reportagem sobre o concurso “A Mesa dos Portugueses”, no qual se apresentam um prato típico alentejano e dois pratos da tradição gastronómica do norte do país, confeccionados e comentados pelos concorrentes.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO:

INFOENTRETENIMENTO NOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022



1. VISÃO GLOBAL

No âmbito da sua atividade regular, a ERC tem vindo a constatar uma tendência, em particular no meio televisivo, para a incorporação de elementos de informação nos programas de entretenimento.

Este fenómeno, denominado infoentretenimento, constitui-se como uma modalidade discursiva mediática que, por via de um processo de hibridização, dilui as fronteiras entre a informação e o entretenimento¹.

Tais práticas de hibridização suscitam um conjunto de questões atinentes aos princípios, direitos e deveres que devem pautar as atividades dos *media* em Portugal, designadamente a necessária ponderação entre a margem de liberdade de programação dos meios de comunicação social e a necessidade de garantir valores de transparência, credibilidade e respeito pelas legítimas expectativas do público.

No caso específico de inclusão de segmentos e de conteúdos informativos em formatos de entretenimento, tal opção potencia uma equiparação, aos olhos dos telespectadores, de formas de comunicação que não são equivalentes – entretenimento e informação –, nem em termos da sua função social, nem socioprofissional.

A opacidade daí resultante tem impactos na legítima expectativa dos públicos que veem tais conteúdos, na medida em que lhes suprime as ferramentas necessárias para determinarem que critérios de exigência são aplicáveis a este tipo de conteúdos, bem como introduz distorções aos princípios da credibilidade, transparência, previsibilidade e boa-fé. Ademais, fragiliza os mecanismos de responsabilização, dada a dificuldade em determinar o quadro jurídico e deontológico aplicável a tais conteúdos.

¹ Uma conceptualização mais desenvolvida pode ser consultada no livro promovido pela ERC: "Infoentretenimento. Possíveis abordagens regulatórias", com coordenação de João Pedro Figueiredo e Vanda Calado, Almedina, 2021.

Por tal, o Regulador considera relevante proceder à análise deste fenómeno no âmbito dos formatos de entretenimento televisivo, em particular os *talk shows* matinais, nos serviços de programas RTP1, SIC, TVI e CMTV (vide Anexo I).

Assim, analisados os *talk shows* matinais emitidos em 2022 pela RTP1, SIC, TVI e CMTV verifica-se, em primeiro lugar, que o “Praça da Alegria”, do operador de serviço público, é o único que não contém conteúdos informativos.

Assim, dos *talk shows* dos quatro serviços de programas, o da RTP1 apresenta características distintas dos restantes, afastando-se da modalidade de hibrididade de géneros que qualifica o fenómeno do infoentretenimento.

O “Manhã CM”, da CMTV, é composto, essencialmente, por conteúdos de entretenimento, pese embora algumas das edições analisadas apresentem conteúdos informativos que configuram uma combinação de géneros distintos dentro do mesmo formato programático.

Os *talk shows* da SIC e da TVI, “Casa Feliz” e “Dois às 10”, respetivamente, são casos representativos de infoentretenimento, sendo as suas edições compostas por conteúdos de entretenimento e por segmentos fixos de informação: “Análise Criminal”, na SIC, e “Atualidade”, na TVI.

No caso destes dois serviços de programas, verifica-se que, tendencialmente, identificam e demarcam os segmentos informativos dos restantes conteúdos de entretenimento que compõem os seus *talk shows*.

Os conteúdos informativos inseridos nos programas de entretenimento analisados apresentam características idênticas àquelas dos programas informativos em termos de recursos editoriais, como sejam as promoções, ao longo da emissão, dos casos que serão noticiados; ligações em direto para os locais das ocorrências; e prevalência de géneros jornalísticos, como notícias/reportagens e entrevistas.

Em termos de rigor informativo, nota-se uma tendência, com maior expressão na SIC e na TVI, para não identificar as fontes de informação que sustentam os relatos, ou o recurso a expressões genéricas, que impedem a confrontação e validação das informações.

Em termos de tematização, os conteúdos informativos da SIC, TVI e CMTV revelam uma prevalência pela abordagem de ocorrências violentas e/ou trágicas, aí se destacando a violência doméstica e homicídios/tentativas de homicídio.

O tratamento conferido aos assuntos noticiados é tendencialmente tabloide e com baixo grau de problematização. O ângulo preponderante é o da denúncia e a narrativa assenta na dramaticidade e na dimensão personalizada da estória.

Cerca de metade dos conteúdos informativos dos *talk shows* da SIC e da TVI têm como protagonistas adultos em condição de vítimas.

Na maioria destes casos, os direitos pessoais dos adultos veem-se respeitados, tendo sido, contudo, identificadas algumas situações passíveis de configurar violações daqueles direitos.

Trata-se, sobretudo, do direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar, que se pode ver melindrado pela veiculação de elementos que indiretamente permitem a identificação dos protagonistas que, apresentados como vítimas, se podem encontrar também em situação de vulnerabilidade, seja psicológica/emocional, seja física.

De uma forma geral, os conteúdos informativos dos *talk shows* não têm significativa presença ou referência a menores, sendo no programa da TVI que se identifica maior presença destes atores.

Observa-se uma tendência para a preservação da identidade dos menores em casos em que se encontram numa situação de vulnerabilidade ou na condição de vítimas.

Todavia, foram identificados conteúdos na amostra analisada, embora pontuais, em que os menores se encontram numa situação de vulnerabilidade, psicológica/emocional ou física, e que, por via da divulgação de determinados elementos, são indiretamente passíveis de identificação.

As histórias noticiadas dentro dos segmentos informativos dos *talk shows* da SIC e da TVI são sempre comentadas por um painel de comentadores em estúdio, apresentados como especialistas oriundos de um conjunto de áreas profissionais.

Na SIC têm destaque comentadores provenientes do jornalismo, das autoridades judiciais (advogados) e da sociologia. Na TVI sobressaem os comentadores das autoridades policiais (Polícia Judiciária), da psicologia e das autoridades judiciais (advogados).

Uma parte dos conteúdos informativos identificados nos *talk shows* da SIC e da TVI recorre a terminologia jornalística. Em concreto, trata-se dos casos em que o profissional que os apresenta é identificado como repórter.

Nos casos sinalizados, estes repórteres são profissionais do jornalismo com título habilitador atribuído pela Comissão da Carteira de Jornalista (CCPJ) e que respondem perante um Diretor de Programas e não perante um Diretor de Informação. Tal atuação apresenta uma dissonância orgânica e deontológica, podendo ser suscetível de comprometer previsões legais, constantes da LTSAP, designadamente nos seus artigos 35.º e 36.º, e do Estatuto do Jornalista (alínea d), n.º 1, artigo 14.º).

Por outro lado, a análise também mostra que as fichas técnicas que compõem os genéricos finais dos *talk shows* da RTP1, SIC e TVI recorrem a terminologia do campo do jornalismo, fazendo equivaler profissionais que não detêm título habilitador para o exercício do jornalismo com aqueles que possuem carteira profissional atribuída pela CCPJ.

Esta equiparação equívoca é suscetível de configurar uma atuação gravosa, não só no sentido de deteriorar a relação de transparência com os seus públicos, mas poderá também ser suscetível de configurar a prática de um crime de usurpação de funções, tal como determinado no Código Penal (alínea b), artigo 358.º).



2. ENQUADRAMENTO JURÍDICO

A hibridez de conteúdos que caracteriza o fenómeno do infoentretenimento resulta numa transversalidade em termos de aplicação do seu enquadramento legal.

De seguida elencam-se os normativos legais mais relevantes que o enquadram.

Entre as competências do Conselho Regulador da ERC, definidas nos seus Estatutos, destaca-se o disposto na alínea a) do n.º 3 do artigo 24.º: «a) Fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de proteção dos direitos, liberdades e garantias pessoais».

Tem ainda aplicação a legislação setorial aplicável aos serviços de programas televisivos, a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP).

Deste articulado legal cumpre destacar o artigo 27.º, onde se define um conjunto de limites à liberdade de programação que os operadores televisivos devem observar, nomeadamente:

- «1 - A programação dos serviços de comunicação social audiovisual deve respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos específicos das crianças e jovens, assim como os direitos, liberdades e garantias fundamentais.»
- «2 - Os serviços de comunicação social audiovisual não podem, através dos elementos de programação: a) Incitar à violência ou ao ódio contra grupos de pessoas ou membros desses grupos em razão do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas, língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, deficiência, idade, orientação sexual ou nacionalidade; b) Incitar publicamente à prática de infrações terroristas previstas e punidas na Lei n.º 52/2003, de 22 de agosto.»
- «3 - Não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e jovens ou a sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar, designadamente os que contenham pornografia ou violência gratuita, nos serviços de programas de acesso.»
- «4 - A emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas.»

Têm também cabimento as obrigações gerais dos operadores, definidas no artigo 34.º da LTSAP, tais como:

- «1 - Todos os operadores de televisão devem garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de autorregulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes.»

3. ANÁLISE DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS *TALK SHOWS*

A presença de conteúdos informativos em formatos de entretenimento, em particular nos *talk shows*, é um dos aspectos que suscita a atenção do Regulador na presente análise.

Uma das questões a considerar relaciona-se com a própria definição que deve presidir à sua análise, aspeto suscitado em grande medida pela crescente hibridez dos conteúdos, num percurso que se afasta dos tradicionais géneros programáticos e que é merecedor de reflexão.

O atual panorama mediático, com especial incidência na televisão, mostra uma tendência para a incorporação de formatos semelhantes aos géneros jornalísticos, como notícias, reportagens, entrevistas e comentários, emitidos em espaços de programação não informativa, em concreto, pertencentes ao macro género entretenimento.

Para efeitos da presente análise, serão considerados **conteúdos informativos** aqueles em que, «independentemente dos temas tratados nesses espaços, a sua abordagem esteja ancorada na factualidade, sendo passível de influenciar a opinião dos telespectadores em princípios e valores estruturantes da vida do coletivo, incluindo os que possam contender com direitos, liberdades e garantias fundamentais dos cidadãos», e em que a função social de informar se sobrepõe à de entreter.²

Os dados recolhidos no presente estudo mostram que apenas os programas da SIC e da TVI, “Casa Feliz” e “Dois à 10”, respetivamente, têm segmentos fixos de informação em todas as edições.

No programa da SIC, o segmento informativo chama-se “Análise Criminal”, e no da TVI “Atualidade”.

Em ambos os casos, os segmentos informativos são conduzidos pelos apresentadores dos programas, compostos por várias peças informativas sobre casos diferentes que são, depois, comentados por um painel de especialistas em estúdio.

O “Manhã CM”, da CMTV, não tem uma rubrica fixa deste género, porém, identificam-se, em duas edições (17 de janeiro e 6 de abril de 2022), entrevistas de cariz informativo.

O programa da RTP1, “Praça da Alegria”, distingue-se claramente dos restantes, na medida em que, nas edições analisadas, não contém qualquer conteúdo considerado de informação e que seja passível de caracterizar uma relação de hibridez entre conteúdos de natureza distinta (informação/entretenimento).

IDENTIFICABILIDADE E SEPARAÇÃO

Um dos grandes desafios colocados pelo fenómeno do infoentretenimento traduz-se na adequação das suas modalidades discursivas ao imperativo de identificar e distinguir a natureza (distinta) dos conteúdos que apresenta.

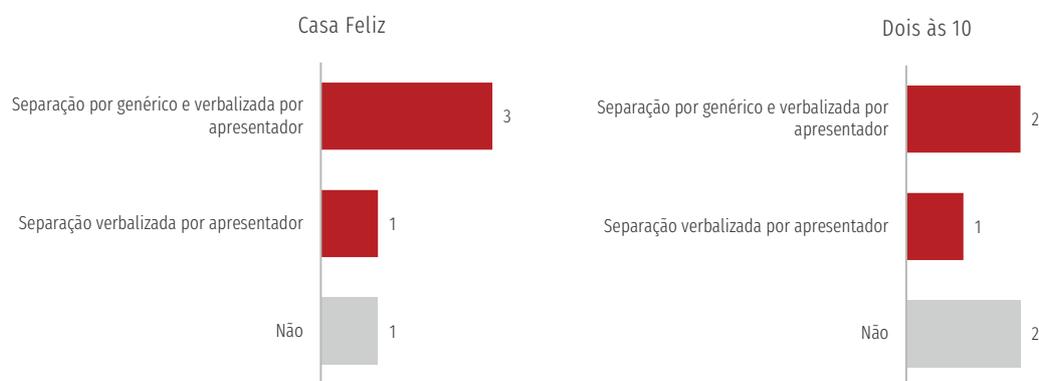
Se, por um lado, a hibridez de conteúdos num mesmo espaço programático encontra acolhimento jurídico no princípio da liberdade de programação, consagrado no artigo 26.º da LTSAP, por outro lado, é também pacífico o entendimento de que tal autonomia editorial não é ilimitada, quando confrontada com outros direitos juridicamente tutelados.

² “Infoentretenimento. Possíveis abordagens regulatórias”, pp. 22-24.

Ora, a contaminação de espaços de natureza diferente (informação e entretenimento) é passível de contender com a legítima expectativa dos públicos, quando não devidamente identificados e separados, suprimindo-lhes ferramentas para determinar quais os critérios de exigência aplicáveis a cada tipo de conteúdo.

A nível regulatório interessa, portanto, atentar, considerando a hibridiz em causa, à necessária identificabilidade e separação entre os conteúdos informativos e os conteúdos de entretenimento.

FIG. 1 – IDENTIFICABILIDADE E SEPARAÇÃO DOS SEGMENTOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 10 edições.

Observa-se (*vide* Figura 1) que, de uma maneira geral, os operadores SIC e TVI identificam os segmentos informativos, demarcando a separação entre estes e os conteúdos de entretenimento, seja através de verbalização por parte do apresentador, seja através desta modalidade em conjunto com um separador gráfico (*vide* Figura 2).

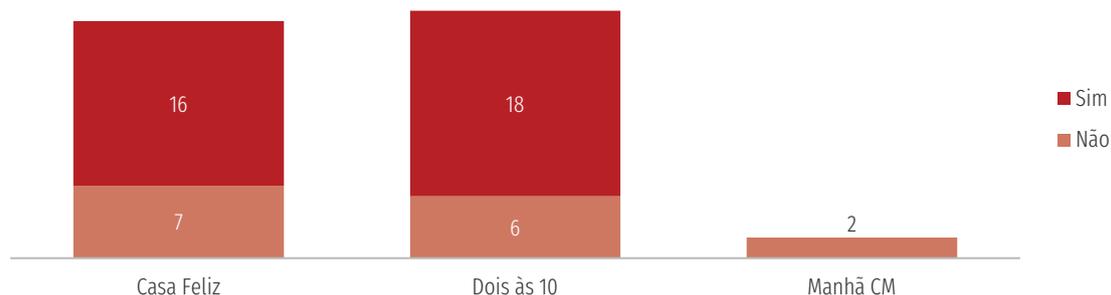
FIG. 2 – CAPTURA DE ECRÃ DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

Identifica-se, no entanto, que em um caso na SIC e em dois na TVI não existe qualquer identificação do segmento informativo, colocando em causa a necessária demarcação entre conteúdos de natureza distinta e em relação aos quais se impõem exigências legais e deontológicas também elas distintas.

FIG. 3 – INSERÇÃO DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS EM SEGMENTOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

A partir da Figura 3, é possível verificar que a maioria dos conteúdos de natureza informativa emitidos na SIC e na TVI são inseridos em segmentos informativos específicos do programa respetivo.

Existem, contudo, alguns casos de conteúdos de cariz informativo nos *talk shows* da TVI (seis) e da SIC (sete) que não se encontram inseridos em segmentos informativos.

No caso do *talk show* matinal da CMTV, como se viu acima, não existem segmentos informativos, pelo que os dois conteúdos de cariz informativo identificados foram emitidos sem uma cabal separação tendo em conta a sua natureza distinta.

A título de exemplo, na edição de 17 de janeiro de 2022, os apresentadores do “Manhã CM” conduziram uma entrevista, em estúdio, com características informativas a uma mulher, cuja filha de sete meses tem uma doença, eventualmente congénita (*vide* Figura 4). O pai biológico não terá registado a criança e ter-se-á mostrado sempre indisponível para avaliar o seu historial clínico como forma de ajudar a equipa médica a identificar a doença da menina. Em estúdio, encontra-se também o advogado da mãe da criança que explica o que está em causa em termos legais.

FIG. 4 – CAPTURA DE ECRÃ DE ENTREVISTAS INFORMATIVAS NO PROGRAMA “MANHÃ CM”, DA CMTV

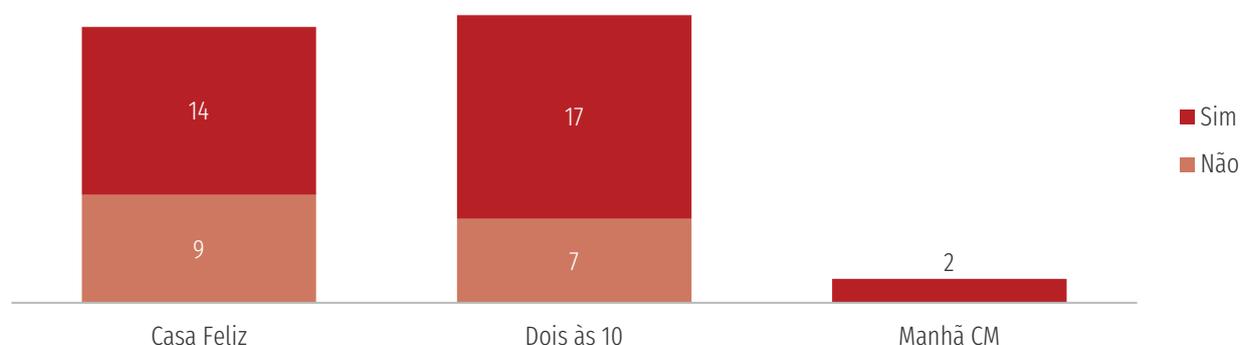


Nota: Edição de 17 de janeiro de 2022.

RECURSOS EDITORIAIS

Os recursos editoriais mobilizados para os conteúdos informativos inseridos nos *talk shows* refletem o enquadramento, proeminência e observância das exigências em matéria de rigor informativo.

FIG. 5 – PROMOÇÃO DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS *TALK SHOWS*



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

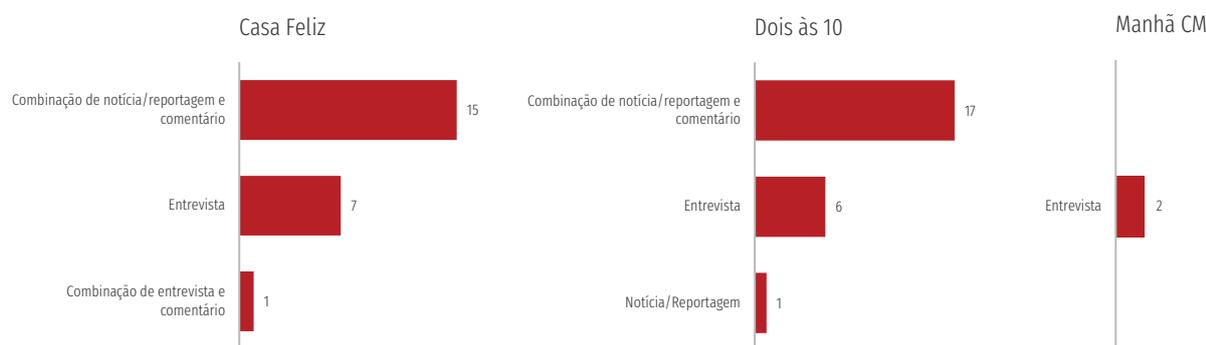
A grande maioria dos conteúdos informativos incluídos nos *talk shows* matinais é promovida ao longo do programa (vide Figura 5).

As promoções são, geralmente, verbalizadas pelos apresentadores, chamando a atenção dos telespectadores para os conteúdos que serão emitidos mais à frente no programa.

Na SIC e na TVI observam-se também promoções que se materializam em breves intervenções em direto no exterior, onde um profissional daquele programa está no local da ocorrência e relata sucintamente o caso.

Há ainda outros casos em que as promoções são constituídas por breves excertos de peças editadas que resumem as ocorrências, à semelhança das promoções existentes em noticiários televisivos.

FIG. 6 – GÉNERO JORNALÍSTICO DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS *TALK SHOWS*



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

De acordo com os dados apresentados na Figura 6, a modalidade de apresentação dos conteúdos informativos predominante na SIC e na TVI é a combinação de uma notícia ou reportagem seguida do respetivo comentário em estúdio (sobre os comentadores, vide subcapítulo *infra*).

Nestes dois serviços de programas também se evidencia, embora de forma menos expressiva, o recurso a entrevistas.

Trata-se de entrevistas realizadas em estúdio e transmitidas em direto e têm como função predominante informar, ao contrário de outro tipo de entrevistas descritas na Figura 6 *supra*.

Este é, aliás, o único género jornalístico presente no *talk show* da CMTV, “Manhã CM”, já que o programa não tem segmentos informativos concretos e regulares, de acordo com os dados apurados na amostra.

A título de exemplo, veja-se as entrevistas de natureza informativa realizadas nas edições de 2 de junho e de 22 de julho de 2022 no “Casa Feliz”, da SIC.

No primeiro caso, o apresentador do programa entrevista, em estúdio, o Chefe de Divisão de Literacia, Saúde e Bem-estar da Direção-Geral da Saúde sobre a evolução da pandemia de Covid-19 em Portugal e as medidas recomendadas (*vide* Figura 7).

FIG. 7 – CAPTURA DE ECRÃ DE ENTREVISTA INFORMATIVA NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

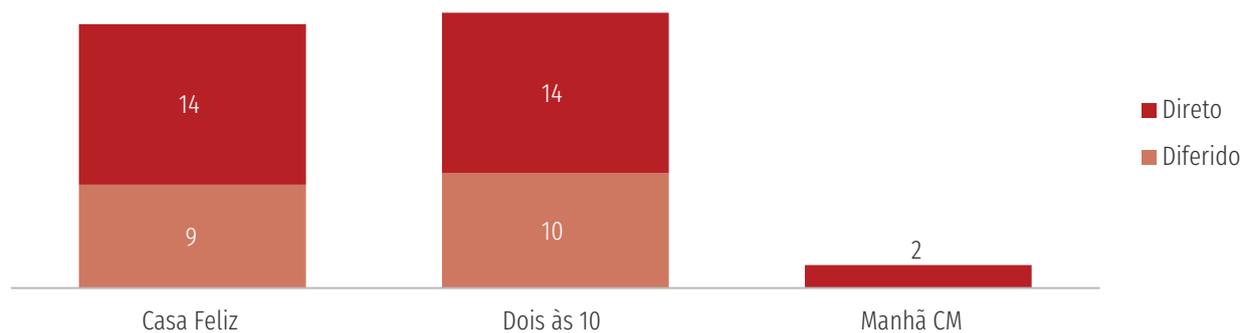
No segundo caso, os apresentadores entrevistam, também em estúdio, a Ministra da Justiça sobre os incêndios em áreas florestais em Portugal, a necessidade de cadastrar o território e as ferramentas que o Governo disponibiliza à população para o respetivo registo (*vide* Figura 8).

FIG. 8 – CAPTURA DE ECRÃ DE ENTREVISTA INFORMATIVA NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

FIG. 9 – TRANSMISSÃO DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS EM DIRETO E DIFERIDO NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

Mais de metade dos conteúdos informativos dos *talk shows* da SIC e da TVI são emitidos em direto (vide Figura 9).

Estas transmissões em direto referem-se, por um lado, às entrevistas de natureza informativa conduzidas em estúdio e que se encontram, na sua totalidade, fora de segmentos informativos delimitados.

Por outro lado, refletem notícias que integram os segmentos informativos e que são relatadas em direto a partir do local da ocorrência (vide exemplo na Figura 10).

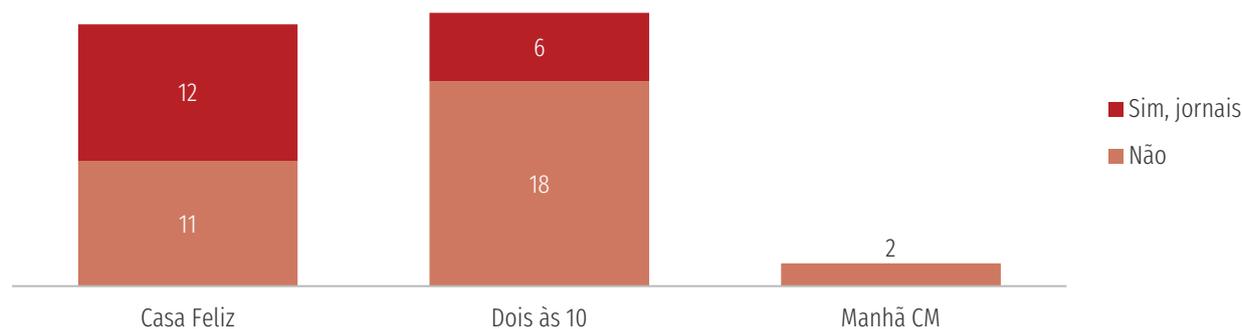
Note-se que, ainda que os relatos sejam emitidos em direto, é frequente que a peça contenha também conteúdos editados e exibidos em diferido.

FIG. 10 – CAPTURA DE ECRÃ DE NOTÍCIA RELATADA EM DIRETO NO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 10 de janeiro de 2022.

FIG. 11 – REFERÊNCIA A OUTROS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL ENQUANTO FONTES DE INFORMAÇÃO NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

Os dados constantes da Figura 11 mostram que cerca de metade dos conteúdos informativos que compõem o talk show “Casa Feliz”, da SIC, recorrem a outros órgãos de comunicação social como fontes das suas notícias.

Tais referências são feitas, na esmagadora maioria dos casos, através de imagens de notícias da imprensa (vide Figura 12) e, de forma muito menos frequente, através de referências verbais dos profissionais dos programas.

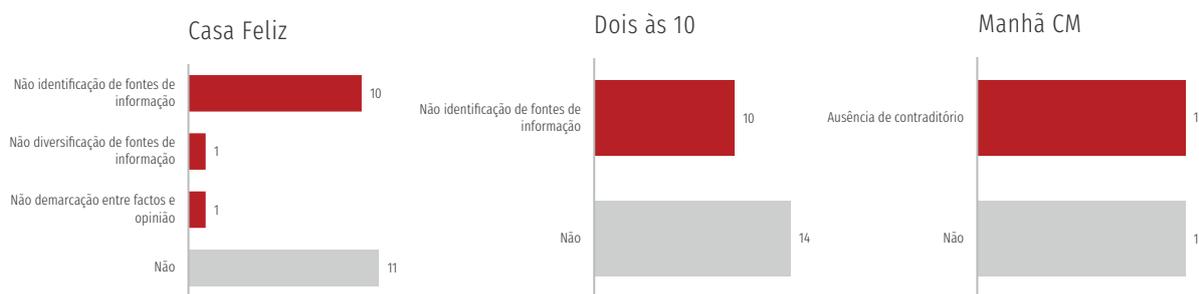
Na TVI essa tendência é bem menos acentuada, prevalecendo os conteúdos informativos que não fazem referência a outros órgãos de comunicação social.

FIG. 12 – REFERÊNCIA A OUTRO ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO FONTE NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 6 de abril de 2022.

FIG. 13 – ELEMENTOS DE FALTA DE RIGOR INFORMATIVO NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

A análise realizada em matéria de rigor informativo (vide Figura 13), mostra que os conteúdos emitidos nos *talk shows* da SIC e da TVI revelam uma tendência para não identificar as fontes de informação que sustentam os factos noticiados.

A este respeito cumpre dizer que a remissão para notícias de outros órgãos de comunicação social não é garante de rigor informativo em termos de identificação das fontes de informação, na medida em que estes se constituem como fontes secundárias que não possibilitam a identificação da origem da informação relatada.

Ambos os operadores recorrem com frequência a expressões genéricas como forma de remeter para fontes de informação, como «os magistrados», «falámos com outros vizinhos», «segundo algumas pessoas contam», «a informação que tivemos aqui junto de algumas pessoas que conheciam o jovem».

Ora, tais expressões, por serem vagas, impedem que a origem da informação seja conhecida e, por conseguinte, confrontada e validada, comprometendo seriamente o rigor informativo.

Identificam-se ainda outros casos em que são relatados factos sem qualquer referência à respetiva fonte de informação.

A título de exemplo, uma notícia sobre um caso de violência doméstica na Ericeira onde se avançam dados sobre os rendimentos do casal sem qualquer referência à origem de tal informação (“Casa Feliz”, SIC, 22/07/2022). Num outro caso, também sobre uma situação de violência doméstica em Odivelas, relata-se um telefonema de um dos filhos menores do casal para o pai sem que se faça qualquer referência à forma de obtenção do consentimento, ou origem do mesmo (“Dois à 10”, TVI, 22/07/2022).

No caso da SIC, identificam-se também dois casos suscetíveis de comprometer o rigor informativo, de características distintas.

Num deles está em causa a diversificação das fontes de informação.

Na edição de 15 de fevereiro de 2022 do “Casa Feliz”, da SIC, é noticiado o caso de um homem que matou o ex-sogro. O idoso seria suspeito de abusar sexualmente dos netos, filhos do alegado agressor. Existem algumas fontes de informação, todas próximas do alegado agressor, mas nenhuma próxima da vítima mortal.

Esta opção pode criar um desequilíbrio nas versões que são enunciadas na peça, situação que é agravada porque a vítima mortal é descrita como abusador sexual de menores.

Já na edição de 10 de janeiro de 2022, o talk show da SIC noticia a “morte misteriosa” de um homem encontrado enforcado numa árvore. Quem relata a peça especula sobre os cenários de suicídio e de homicídio, sem que as suas afirmações se vejam baseadas em factos concretos, nem em fontes de informação idóneas e identificadas.

Por outro lado, o talk show matinal da CMTV apenas tem dois conteúdos de natureza informativa na amostra e num deles sinaliza-se uma situação suscetível de configurar uma falha de rigor informativo por ausência de contraditório.

Trata-se de uma entrevista a uma mulher cuja filha de sete meses tem uma doença, eventualmente congénita (vide descrição acima). Durante a entrevista são feitas acusações graves ao pai da criança.

Pese embora a identidade do homem nunca seja revelada, são fornecidos outros elementos passíveis de identificação, nomeadamente a identidade da sua ex-companheira (entrevistada) e da sua alegada filha. Ou seja, ainda que num círculo mais restrito – o seu contexto familiar e de amigos –, é possível a identificação do homem, através dos elementos informativos que são fornecidos naquela entrevista. Pelo que caberia eventualmente à CMTV, naquela circunstância, acautelar a posição do homem visado no decurso da entrevista, através da ponderação das afirmações proferidas e da verificação da existência de outros pontos de vista sobre o assunto.

Como a ERC já teve oportunidade de manifestar, nomeadamente na sua Deliberação ERC/2021/240 (CONTPROG-TV)³, «a gravidade dos factos imputados ao visado na entrevista impunha ao denunciado que diligenciasse no sentido de obter a visão daquele sobre os mesmos, evitando assumir que o relato [da entrevistada] corresponderia a uma verdade absoluta, factual e indesmentível.»

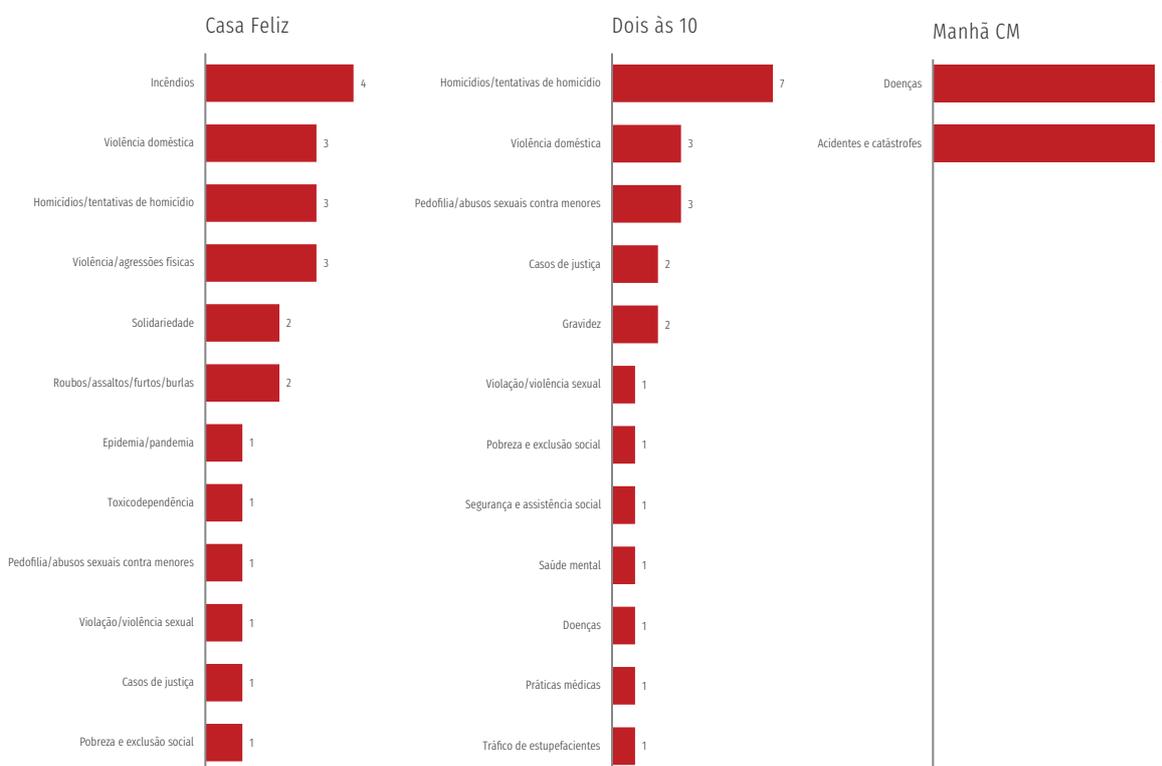
Não o fazendo, poderá estar-se perante uma atuação da CMTV suscetível de lesar o direito ao bom nome e reputação do visado na entrevista, um direito fundamental consagrado no artigo 26.º da Constituição da República Portuguesa (CRP).

TEMÁTICAS E TRATAMENTO NOTICIOSO

Os conteúdos enquadráveis como informativos aqui em análise refletem opções editoriais ao nível das temáticas abordadas, ou seja, os acontecimentos selecionados, bem como em termos do seu tratamento e contextualização.

Tais escolhas têm impacto na forma como os telespectadores recebem e percecionam os acontecimentos noticiados, convocando, não raras vezes, a avaliação da sua conformidade com os limites à liberdade de programação, previstos no artigo 27.º da LTSAP.

FIG. 14 – TEMAS DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

³ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=Y2Q4MWMMyZDUtYzczZS00NzA2LThjMmYtZjZmOTVhNTVjMzVh>.

Os temas dos 49 conteúdos informativos identificados nos *talk shows* da SIC, TVI e CMTV têm um denominador comum: os assuntos abordados concentram-se em torno de ocorrências violentas e/ou trágicas (*vide* Figura 14).

Refira-se que, especificamente dentro dos segmentos informativos da SIC e da TVI, observa-se uma tendência para a cobertura dos mesmos casos.

Nestes dois operadores televisivos, há duas temáticas comuns entre as três mais presentes: violência doméstica (*vide* em mais pormenor o capítulo relativo à Violência Doméstica) e homicídios/tentativas de homicídio.

A título de exemplo, as edições de 10 de janeiro de 2022 do “Casa Feliz” e do “Dois às 10” relatam o caso, com intervenções em direto a partir do local, de um homem que foi encontrado enforcado numa árvore e cuja morte se encontra em investigação, estando por determinar se se tratará de um homicídio ou suicídio.

Da mesma forma, no âmbito da temática da violência doméstica, ambos os operadores, nas suas edições de 6 de abril de 2022, noticiam o caso de uma idosa de 83 anos que era agredida pelo neto e que, um dia, acionou o botão de pânico fornecido pela PSP, permitindo às autoridades acorrerem ao local e deterem o alegado agressor.

As temáticas presentes nos conteúdos informativos do talk show da SIC destacam-se na medida em que têm como assunto mais presente incêndios (em quatro conteúdos informativos).

Neste caso concreto, verifica-se que dois destes conteúdos informativos não se encontram inseridos no segmento informativo. Trata-se de duas entrevistas em estúdio; uma com a Ministra da Justiça, descrita *supra*, e outra com uma idosa que perdeu a casa nos incêndios de Alvaiázere.

Os restantes dois conteúdos sobre incêndios encontram-se inseridos no segmento informativo do talk show da SIC, “Análise Criminal”.

Importa referir que, em ambos os casos, se está perante uma situação que recai no âmbito da violência doméstica. Num caso, um homem incendiou o carro da mulher, em Odivelas, por, de acordo com a peça, não aceitar a separação; noutro caso, um homem incendiou um terreno em São Pedro do Sul, porque não aceitou que a ex-mulher iniciasse uma relação com um novo companheiro, de acordo com o relato da SIC.

No entanto, a cobertura realizada pela SIC deu destaque à ocorrência dos incêndios, sendo menos evidente a violência doméstica.

Cumpra aqui fazer referência aos dados apurados pela ERC⁴ no que respeita ao perfil das audiências de *talk shows* em Portugal, considerando, sobretudo, dois aspetos: uma prevalência da audiência envelhecida e não ativa.

Ora, este perfil envelhecido e não ativo acentua o isolamento social de uma parte da população, «o que reforça o papel da televisão – em muitos casos, a «companheira» mais próxima – na integração social e cultural destes cidadãos e na promoção de condições para a sua participação na comunidade, tal como consagrado na Constituição.»⁵ Ademais, trata-se igualmente de públicos com nível de escolaridade e de literacia tendencialmente baixos e, portanto, particularmente expostos e permeáveis.

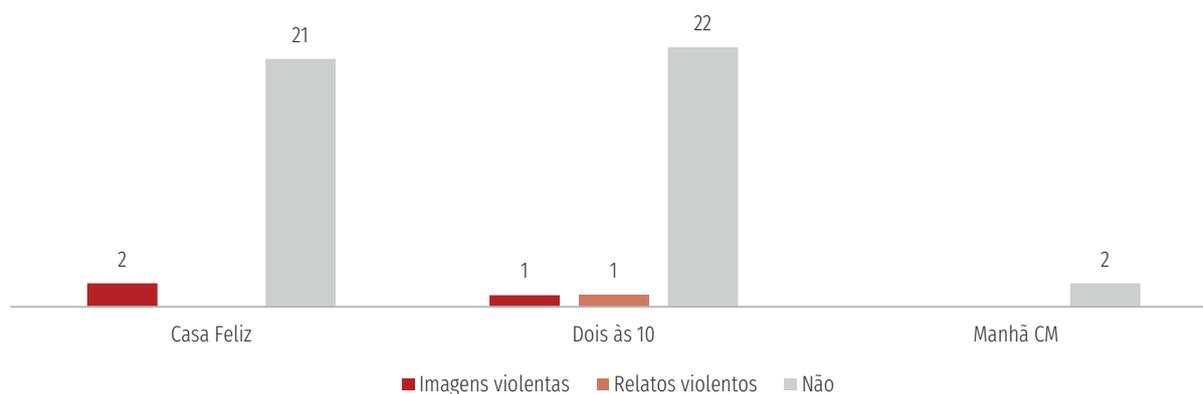
Pelo que importa atentar aos possíveis efeitos sociais sobre este grupo populacional considerando o facto de as temáticas abordadas nestes conteúdos informativos refletirem uma prevalência de ocorrências violentas e/ou trágicas, sendo suscetíveis de promover um sentimento de insegurança na população e de reforçar o seu isolamento social.

Adicionalmente, observa-se nestes programas que a tematização e o respetivo enquadramento conferido a este tipo de conteúdos (informativos) aponta para um tratamento tabloide e com baixo grau de problematização. O ângulo preponderante é o da denúncia e a narrativa é construída de forma a reforçar a dramaticidade e o suspense, acentuando a dimensão da personalização da estória (*vide* análise dos atores *infra*).

⁴ “Infoentretenimento. Possíveis abordagens regulatórias”, pp. 67-75.

⁵ Infoentretenimento. Possíveis abordagens regulatórias”, pág. 271.

FIG. 15 – ELEMENTOS VIOLENTOS NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

Pese embora as temáticas abordadas nos conteúdos informativos destes programas serem eminentemente violentas, verifica-se uma incidência muito marginal de elementos violentos no seu tratamento noticioso (*vide* Figura 15).

Efetivamente, muitas das peças da SIC e da TVI recorrem a reconstituições das estórias que relatam. No entanto, e apesar de as reconstituições encenarem ocorrências de violência e agressões (físicas e sexuais), trata-se de conteúdos ficcionados.

Ora, os dados apurados na análise dos *talk shows* mostram a presença de elementos de cariz violento em apenas dois conteúdos informativos da SIC e dois da TVI.

No caso da SIC (15/02/2022), os elementos violentos referem-se a imagens de um sistema de videovigilância numa loja de telecomunicações em Mafra, que mostram um homem a agredir uma mulher com murros na cabeça e a puxar-lhe os cabelos, até que a mulher cai no chão (*vide* Figura 16).

As imagens em causa são repetidas diversas vezes e refletem um acontecimento real. Tal repetição não é determinante para a compreensão daquele acontecimento, a não ser por um prisma meramente *voyeurista* e é suscetível de atingir valores fundamentais de quem nelas se vê retratado, sobretudo a vítima.

O outro caso (15/02/2022) refere-se a imagens de videoamador que mostram um jovem afegão a ser agredido, na rua perto da escola que frequenta, em Lisboa, por um grupo de outros jovens.

Tal como no caso anterior, as imagens são repetidas exaustivamente, incluindo com recurso a ecrã fracionado.

A captação das imagens foi feita a grande distância, pelo que, por si só, não são excecionalmente violentas. No entanto, a sua repetição exaustiva confere um grau de violência acrescida, reduzindo-se aquela estória às imagens das agressões, em detrimento de um debate público relevante sobre a violência entre menores em contexto escolar.

Ademais, o facto de se tratar de menores de idade, passíveis de serem identificados no vídeo através de um conjunto de elementos (localização da escola, fisionomia, vestuário), pelo menos num círculo restrito, é suscetível de potenciar a sua estigmatização social, bem como de contribuir para a construção de uma autoimagem daqueles jovens perturbadora do livre desenvolvimento da sua personalidade, como a ERC já teve oportunidade de dizer na Deliberação ERC/2023/92 (CONTPROG-TV)⁶.

Refira-se que, do conjunto de conteúdos informativos com elementos violentos, este foi o único em que o operador (SIC) fez uma advertência prévia dirigida aos telespectadores relativamente à natureza impactante dos mesmos.

6 Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=ZTdLNGYzJzQtMjNlOS00OGU5LTkwZWETmZmNDBiYmZmNwVv>.

Importa atentar a este aspeto, na medida em que o talk show matinal da SIC está classificado para públicos de todas as idades. Já o programa da TVI encontra-se classificado para públicos com 12 ou mais anos de idade, sendo ainda recomendável o acompanhamento ou aconselhamento parental no caso de tratar de públicos com menos de 12 anos (vide Figura 3 do capítulo Caracterização geral dos *talks shows*).

Ora, tanto num caso como no outro, considera-se que o acompanhamento parental poderá apoiar a desconstrução de certas imagens e comportamentos, sendo, para tal, necessária uma advertência prévia para a natureza dos conteúdos a exibir, o que não foi feito na maioria dos conteúdos com elementos violentos exibidos nos *talk shows*.

Este elemento informativo perante os telespectadores seria sempre exigível considerando o potencial impacto negativo na livre formação da personalidade de crianças e jovens, públicos sem maturidade suficiente para os descodificarem e para eles olharem criticamente.

No caso do “Dois às 10”, da TVI, as imagens violentas identificadas referem-se ao caso das agressões numa loja de telecomunicações em Mafra, também identificadas na SIC, e em relação às quais a TVI conferiu o mesmo tipo de tratamento noticioso, com a exibição repetida das imagens.

Já no que respeita aos relatos violentos, a edição de 15 de fevereiro de 2022 do talk show da TVI noticia um homicídio, em Fimalcão, descrevendo de forma pormenorizada o método utilizado. O homem foi morto à facada pela companheira amorosa e na peça descreve-se o número de facadas e a sua profundidade no corpo da vítima.

Tal como nos casos anteriores, considera-se que tais relatos não se revestem de valor informativo para a compreensão dos acontecimentos e são passíveis de impactar de forma negativa nos telespectadores e de perturbar o livre desenvolvimento da personalidade de crianças e jovens, o que constitui um dos limites à liberdade de programação definidos no n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP.

FIG. 16 – CAPTURA DE ECRÃ DE IMAGENS COM ELEMENTOS VIOLENTOS NO SEGMENTO INFORMATIVO DO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

Refira-se ainda, em termos de tratamento noticioso das histórias apresentadas nos *talk shows*, que se identifica um elemento de natureza eventualmente discriminatória na edição de 10 de janeiro de 2022 da SIC.

Trata-se de uma peça que relata agressões físicas contra uma agente da Polícia Municipal de Lisboa enquanto se encontrava a fiscalizar o estacionamento automóvel. Refere-se que o agressor é «um sem-abrigo alemão».

No contexto do relato não se evidencia qualquer valor informativo para a compreensão dos acontecimentos no facto de se referir a nacionalidade do homem.

Tal referência não é contextualizada, nem é justificada a sua relação com a estória noticiosa.

Tem sido entendimento da ERC (veja-se, a título de exemplo, a Deliberação ERC/2018/128 (CONTJOR-TV)) que os programas de entretenimento obedecem, «na sua forma geral, a requisitos distintos daqueles exigíveis aos conteúdos informativos. É preciso notar, porém, (...) que o formato do programa não anula a necessidade de aqueles se conformarem com as normas em vigor no campo da informação.»

Ora, no caso em apreço, constata-se que existe uma menção à nacionalidade do alegado agressor e a sua associação a atos de violência.

A ERC tem considerado que a menção da etnia ou nacionalidade de suspeitos de crimes, sem que tal traga acréscimo informativo aos conteúdos, pode indiciar um tratamento discriminatório pela associação de comportamentos censuráveis a determinados grupos sociais.

Assim, como já referido na Deliberação *supra* identificada, deve ter-se em linha de conta o princípio de responsabilidade social subjacente à comunicação televisiva, e o facto de este tipo de discurso ser suscetível de potenciar comportamentos discriminatórios e preconceituosos que favorecem processos de estigmatização social.

Pelo que é dever dos operadores televisivos procurar não veicular discursos que possam favorecer comportamentos discriminatórios e perpetuem estereótipos em razão da etnia ou da nacionalidade, respeitando uma ética de antena que garanta os direitos fundamentais e demais valores constitucionais (n.º 1 do artigo 34.º da LTSAP), imperativo transversal a toda a programação.

FIG. 17 – REFERÊNCIAS A SUICÍDIO NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 4 conteúdos informativos com referências a suicídio.

De acordo com a Figura 17, do total de 49 conteúdos informativos identificados, quatro fazem referências a suicídios, dois na SIC e dois na TVI.

Trata-se dos mesmos casos que são objeto de cobertura noticiosa tanto no “Casa Feliz”, como no “Dois às 10”.

O primeiro, nas respetivas edições de 10 de janeiro de 2022, relata a morte de um homem, encontrado enforcado numa árvore. Em ambos os serviços de programas, especula-se sobre a natureza da morte (homicídio/suicídio) e fala-se sobre a possibilidade de suicídio com ligeireza (por exemplo, o comentador Hernâni Carvalho: «Quem se vai suicidar não leva um telemóvel»). É também descrita a forma como o homem foi encontrado enforcado. Nunca são indicados recursos de ajuda e linhas de apoio de prevenção ao suicídio.

O segundo caso, nas edições de 22 de julho de 2022, refere-se à situação de violência doméstica, ocorrida em Odivelas, em que o homem incendiou o carro da ex-companheira.

Na SIC é referido que o homem tentou suicidar-se, sem qualquer outra informação adicional, e na TVI especifica-se que o suicídio foi tentado com comprimidos.

Sobre esta matéria, interessa atentar às orientações constantes no Plano Nacional de Prevenção do Suicídio 2013/2017⁷, publicado pela Direção-Geral da Saúde (DGS). Nesse documento considera-se que «Os média podem ajudar ou dificultar na prevenção do suicídio, consoante promovam a educação pública ou aumentem a visibilidade do suicídio apresentando-o como uma solução para os problemas da vida. Nesse sentido, os média podem ter um efeito devastador na propagação de comportamentos autolesivos e atos suicidas através do efeito Werther.»

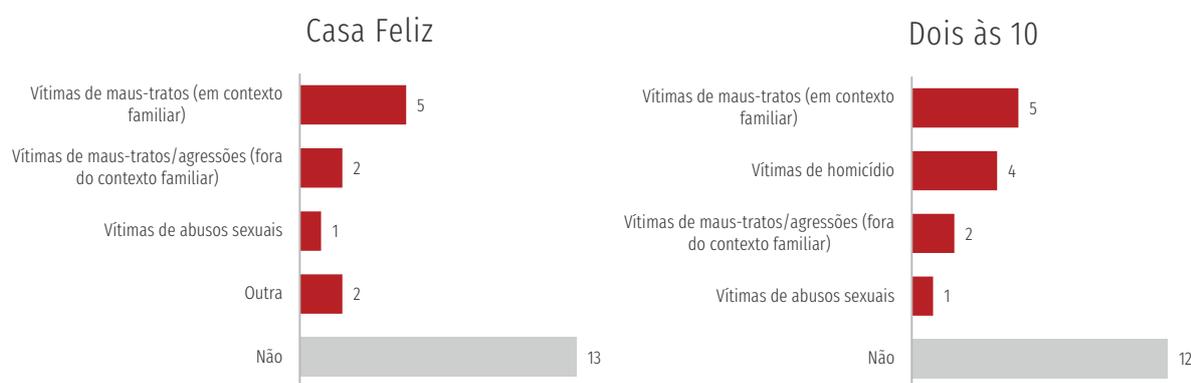
Este plano contém um conjunto de recomendações destinadas aos órgãos de comunicação social no que diz respeito ao tratamento noticioso de casos de suicídio, que decorrem também das orientações da Organização Mundial de Saúde. Entre outras, recomenda-se que: a) sejam realçadas alternativas ao suicídio; b) sejam fornecidas informações sobre as linhas de ajuda e recursos comunitários; c) sejam referidos indicadores de risco e sinais de aviso; d) não se publiquem fotografias ou notas de suicídio; e) não se noticiem detalhes específicos do método usado; f) não se apresentem razões simplistas nem se glorifique ou apresente o ato suicida de forma sensacionalista.

Ora, observa-se que os *talk shows* da SIC e da TVI não cuidaram de observar as recomendações que se impunham nos casos em apreço, afastando-se do conjunto de boas práticas definidas pela DGS que são destinadas especificamente aos órgãos de comunicação social, e para as quais também a ERC tem vindo a alertar, designadamente na Deliberação ERC/2022/212 (CONTJOR-TV)⁸.

ATORES - ADULTOS

A presente análise contempla também os protagonistas dos conteúdos informativos emitidos nos *talk shows* matinais, seja sob a perspetiva do enquadramento editorial que lhes é conferido, seja sob a perspetiva dos seus direitos fundamentais consagrados constitucionalmente.

FIG. 18 – ADULTOS NA CONDIÇÃO DE VÍTIMAS NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

A Figura 18 pretende descrever a forma como os protagonistas adultos dos conteúdos informativos são representados mediaticamente nos *talk shows*, em particular, quando são apresentados na condição de vítimas.

Veja-se, em primeiro lugar, que o talk show da CMTV tem apenas dois conteúdos informativos na amostra e nenhum deles é protagonizado por adultos em condição de vítimas.

Já no que se refere aos programas da SIC e da TVI, observa-se uma tendência distinta daquela identificada na CMTV: cerca de metade dos conteúdos informativos são protagonizados por adultos em condição de vítimas.

⁷ Disponível em: <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-nacional-de-prevencao-do-suicidio-20132017-pdf.aspx>.

⁸ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=OWM5Yj1NzQtYmFmYi00OTExLTlmMGQzGGEwOTFmZGUyNjZh>.

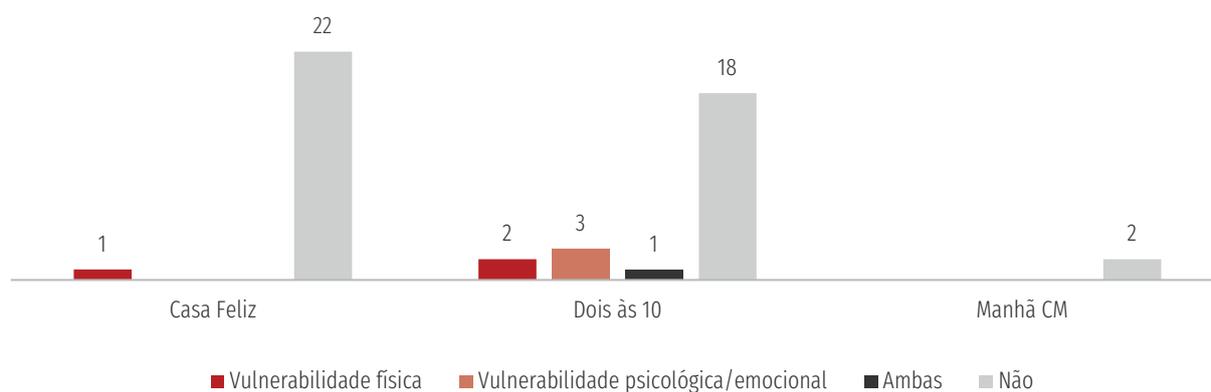
Sobressaem, em ambos os operadores, os adultos enquanto vítimas de maus-tratos em contexto familiar. Estes resultados revelam uma forte correspondência com a temática da violência doméstica (*vide* Figura 18 *supra*).

Também se destacam, na TVI, as vítimas de homicídio. Em todos os quatro casos, as vítimas foram mortas de forma violenta, baleadas ou esfaqueadas, tendo ainda em comum o facto de os crimes terem sido, na maioria dos casos, perpetrados por pessoas próximas da vítima.

As vítimas de maus-tratos e agressões fora do contexto familiar também compõem este conjunto de casos, tal como as vítimas de abusos sexuais (em ambos os operadores).

A SIC tem ainda dois casos (categoria “outra”) que se referem a vítimas de assaltos e burlas.

FIG. 19 – ADULTOS EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

Apesar do peso expressivo, na amostra, de protagonistas adultos que são representados na condição de vítimas, deve notar-se que nem todas as vítimas são representadas nos *talk shows* em situação de vulnerabilidade (é o caso, por exemplo, das vítimas mortais).

A Figura 19 mostra que existem alguns casos, embora pontuais, de conteúdos informativos cujos protagonistas se encontram em situação de vulnerabilidade, seja física, seja psicológica ou emocional.

A análise destes elementos, na perspetiva regulatória, faz-se necessariamente pela sua correspondência com a identificação das pessoas que se encontram em situação de vulnerabilidade. Esses dados encontram-se na Figura 20.

FIG. 20 – IDENTIFICAÇÃO DE ADULTOS EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 7 conteúdos informativos com adultos em situação de vulnerabilidade.

O programa “Casa Feliz”, da SIC, noticiou um caso de violência doméstica em Mafra (descrito acima) no dia 15 de fevereiro de 2022.

São mostradas imagens de videovigilância das agressões físicas sofridas pela mulher. Esta não é identificada pelo nome, mas a sua fisionomia é reconhecível nas imagens e são revelados outros elementos passíveis de identificação, como a área de residência e detalhes da situação laboral (*vide* Figura 20).

As imagens são abundantemente repetidas, podendo ver-se de forma pormenorizada as agressões sobre a mulher e a linguagem corporal demonstrativa de medo do agressor.

A exposição pública desta mulher num contexto particularmente doloroso constitui uma representação mediática assente nos seus traços mais vulneráveis e contribui para a sua estigmatização social.

Mais uma vez, cumpre dizer que o eventual interesse público da matéria residiria nos factos e não nos protagonistas daquela estória, sobretudo, como é o caso em apreço, quando são passíveis de serem identificados e, portanto, suscetíveis de promover processos de estigmatização social, bem como de comprimir direitos fundamentais, como o direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar.

O mesmo caso foi noticiado no “Dois às 10”, da TVI.

O outro conteúdo informativo do talk show da TVI que expõe adultos em situação de vulnerabilidade física foi identificado na edição de 6 de abril de 2022.

Trata-se da estória sobre uma mulher que cuida da mãe, que se encontra acamada. A casa onde residem, em Almacil, está degradada e chove no interior. A idosa acamada é filmada pela equipa da TVI.

Será seguro afirmar que a filha terá autorizado a captação das imagens da mãe. Não obstante, caberia à TVI ponderar o acréscimo de valor informativo de tais imagens perante o risco de exposição pública de uma pessoa em manifesta situação de vulnerabilidade física.

Identificam-se também no talk show da TVI três casos de exposição de adultos em situação de vulnerabilidade psicológica ou emocional.

Um deles refere-se a uma entrevista a uma mulher que tem ataques de pânico e crises de ansiedade, com sintomas de transtorno alimentar (10/01/2022).

No segundo caso, sobre filhas que institucionalizaram as mães em estruturas residenciais para idosos, é filmada uma idosa com doença de Alzheimer e é referido o seu nome completo (15/02/2022).

O terceiro caso trata-se de uma entrevista aos filhos de uma mulher que faleceu há menos de 15 dias e que questionam a atuação do hospital (02/06/2022).

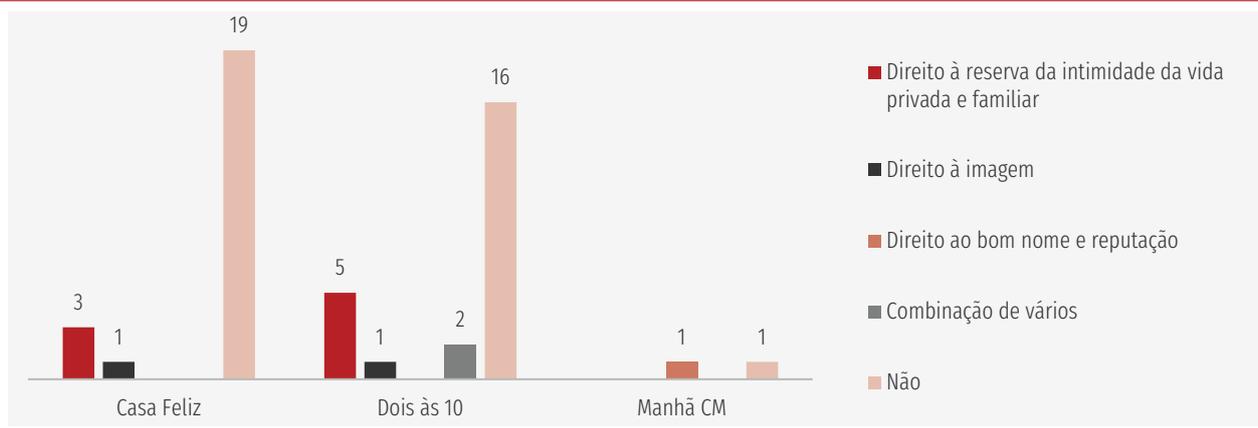
Nos três casos está-se perante maiores de idade ou, em situações de eventual inimputabilidade, afigura-se seguro dizer que quem exerce a responsabilidade tutelar terá dado o seu consentimento.

Por fim, identifica-se no talk show da TVI uma situação de exposição de adultos em situação de vulnerabilidade física e psicológica/emocional. O programa noticia um caso de violência doméstica, em que o homem ameaçou a ex-companheira e os filhos de ambos e incendiou o carro da mulher, em Odivelas (22/07/2022).

O local de residência da vítima é identificado, mostram a fachada de um estabelecimento comercial que costumava frequentar e exibem também a matrícula do seu carro (incendiado).

Esta mulher, apresentada como vítima de violência doméstica e, portanto, estando numa situação de especial vulnerabilidade e perigo, bem como os filhos, vê-se exposta mediaticamente a partir da veiculação de elementos que permitirão a sua identificação.

FIG. 21 – EVENTUAL VIOLAÇÃO DE DIREITOS PESSOAIS DE ADULTOS NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

Por fim, cumpre atentar à representação mediática dos atores adultos dos conteúdos informativos na perspetiva da salvaguarda da dignidade da pessoa humana, concretizada nos direitos pessoais previstos no n.º 1 do artigo 26.º da CRP.

Os dados da Figura 21 mostram que, na maioria dos casos, os direitos pessoais dos adultos que se veem representados naqueles conteúdos são respeitados.

Identificam-se, no entanto, algumas opções editoriais suscetíveis de melindrar direitos constitucionalmente garantidos, com maior expressão no talk show “Dois às 10”, da TVI.

Em termos gerais, o direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar é aquele que mais frequentemente é passível de ser melindrado, tanto no programa matinal da SIC, como da TVI.

Em termos concretos, identificam-se três conteúdos informativos transmitidos no talk show “Casa Feliz”, da SIC, suscetíveis de violar este direito fundamental.

Dois casos constituem parte do alinhamento da edição de 2 de junho de 2022.

Um deles relata o caso de uma mulher que foi violada na entrada do prédio onde residia, em Lisboa.

O nome da vítima não é revelado, no entanto, refere-se a sua idade, a zona da cidade onde reside e é filmada a fachada do prédio. Adianta-se que a mulher, após o ocorrido, não quis permanecer na sua habitação.

Também o programa “Dois às 10”, da TVI, noticia o caso nesse dia, revelando elementos passíveis de identificar a vítima, à semelhança do que fez a SIC.

Neste dia, é também relatado, na SIC, o caso de uma mulher idosa que foi amarrada dentro de casa e assaltada por três homens, em Aveiro.

A vítima não é identificada pelo nome, mas a sua habitação é filmada repetidamente e a partir de vários ângulos diferentes, mostrando pormenores da casa, e a respetiva placa toponímica é igualmente filmada mais do que uma vez.

O terceiro caso, exibido na edição de 22 de julho de 2022 do programa da SIC, trata de uma situação de violência doméstica, na Ericeira. A mulher não é identificada pelo nome, mas é entrevistado um vizinho da vítima.

O *talk show* da TVI noticia ainda quatro outras ocorrências, optando por revelar elementos passíveis de permitirem a identificação, ora das vítimas, ora dos suspeitos, podendo colocar em crise o seu direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar. Veja-se:

- a) Homem agrediu um vizinho com um martelo; a entrada do prédio onde residia o suspeito, e onde ainda residem os pais, é filmada (10/01/2022);
- b) Agressão a ex-companheira numa loja de telecomunicações em Mafra; o direto é feito frente à casa do suspeito, mostrando pormenores distintivos da habitação (15/02/2022);
- c) Casos de violência doméstica em Odivelas e em Aveiro que revelam elementos passíveis de identificar as vítimas (22/07/2022).

Mais uma vez, a questão que se suscita nestes casos relaciona-se com a necessária ponderação entre o direito de informar (igualmente previsto na CRP, no n.º 1 do artigo 37.º) e a garantia do respeito pela dignidade da pessoa humana, com previsão constitucional e proteção nos n.ºs 1 dos artigos 27.º e 34.º da LTSAP.

A veiculação de elementos passíveis de identificar vítimas, ou suspeitos, nos casos em apreço, não encontra justificação em critérios de interesse público – a estória pode ser contada sem identificar os envolvidos –, sobretudo, considerando que, em muitos destes casos, se está perante pessoas em situação de vulnerabilidade, e tal é passível de violar o seu direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar.

O direito à imagem é outro direito pessoal que é suscetível de se ver melindrado em dois conteúdos informativos da SIC e da TVI, no dia 10 de janeiro de 2022.

No caso da SIC, a notícia sobre um homem encontrado morto, enforcado numa árvore, e no caso da TVI, um jovem de 18 anos baleado mortalmente num bar.

Em ambos os casos, são mostradas as fotografias, bem como outros elementos identificativos das vítimas mortais, ficando por esclarecer quem, e se foi autorizada a sua publicitação.

Refira-se ainda a edição de 17 de janeiro de 2022 do “Manhã CM”, da CMTV, que inclui uma entrevista em estúdio a uma mulher cuja filha de sete meses tem uma doença, eventualmente congénita. O pai biológico não terá registado a criança e ter-se-á mostrado sempre indisponível para avaliar o seu historial clínico como forma de ajudar a equipa médica a identificar a doença. A mãe da criança avança ainda outras informações, como facto de o ex-companheiro lhe ter transmitido uma doença sexualmente transmissível e de a ter traído quando mantinham uma relação afetiva.

Existe um conjunto de elementos informativos suscetíveis de identificar o homem, pelo menos, num círculo mais restrito.

Tal como sustentado na Deliberação ERC/2021/240 (CONTPROG-TV)⁹, «a gravidade dos factos imputados ao visado na entrevista impunha ao denunciado que diligenciasse no sentido de obter a visão daquele sobre os mesmos, evitando assumir que o relato (...) corresponderia a uma verdade absoluta, factual e indesmentível.»

Tal atuação da CMTV poderá estar em colisão com o direito ao bom-nome e reputação do homem visado na entrevista, consagrado no n.º 1 do artigo 26.º da CRP.

ATORES - MENORES

Os limites à liberdade de programação previstos no artigo 27.º da LTSAP, atêm-se não só aos conteúdos suscetíveis de prejudicar o livre desenvolvimento da personalidade de crianças e jovens (n.º 4), como também visam «proteger crianças e jovens da possibilidade de ficarem marcados por conteúdos televisivos que os expõem, ferindo a sua imagem e a reserva da intimidade da vida privada e familiar, e pondo assim em causa o livre desenvolvimento da personalidade» (Deliberação ERC/2023/92 (CONTPROG-TV)).

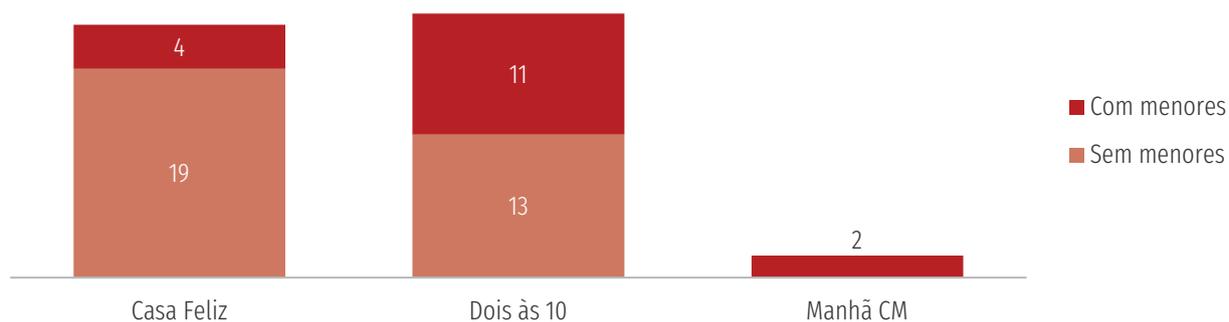
⁹ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=Y2Q4MWMMyZDUtYzczZS00NzA2LTJhMmYtZjZmOTVhNTVjMzVh>.

Esta proibição, instituída na última alteração à Lei da Televisão (n.º 3 do artigo 27.º), tem um propósito garantístico dos direitos à imagem e à reserva da intimidade da vida privada e familiar de crianças e jovens, enquanto sujeitos dos conteúdos, na medida em que se entende que a exposição da imagem dos menores ou a revelação de aspetos da sua vida privada só é permitida se houver forte justificação editorial, devendo sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade.

Assim sendo, importa avaliar de que forma os menores de idade são representados nos conteúdos informativos dos *talk shows* matinais.

Para uma análise mais aprofundada da presença de menores nos *talk shows*, vide Parte III.

FIG. 22 – PRESENÇA DE MENORES NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

De uma forma geral, os conteúdos informativos dos *talk shows* analisados não têm presença ou referência a menores (vide Figura 22).

Veja-se que a caracterização deste indicador inclui também as referências indiretas a menores, não apenas a sua presença física em estúdio ou em peças editadas.

Do total de 17 conteúdos informativos com presença de menores, o programa “Dois às 10”, da TVI, é aquele que inclui mais menores.

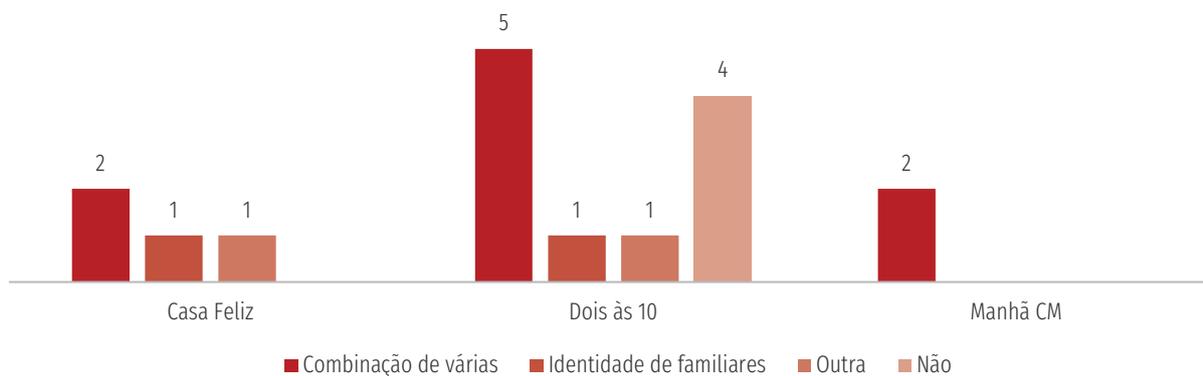
Em concreto, pode tratar-se de casos em que os menores são os protagonistas dos conteúdos, ou surgem nas imagens (em estúdio ou editadas) por serem filhos dos protagonistas (vide Figura 23), ou são apenas referidos (como, por exemplo, enquanto filhos de vítimas de violência doméstica).

FIG. 23 – CAPTURA DE ECRÃ DE CONTEÚDO INFORMATIVO COM PRESENÇA DE MENOR NO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

FIG. 24 – IDENTIFICAÇÃO DOS MENORES NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



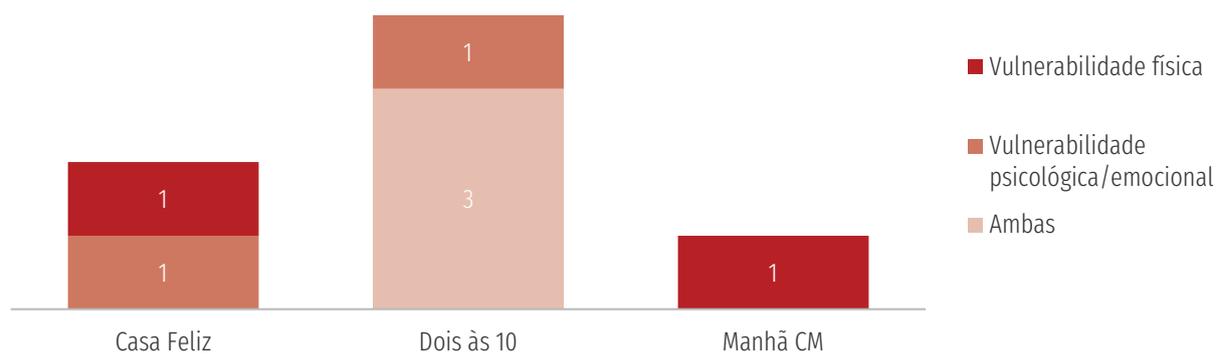
Nota: N = 17 conteúdos informativos com presença/referência a menores.

De uma forma geral, tal como se pode verificar a partir da Figura 24, os menores que estão presentes ou são referidos nos conteúdos informativos dos *talk shows* são identificados.

Por regra, através de imagens suas (fotografias ou presença física em estúdio e em peças editadas) e da revelação da identidade dos seus pais (categoria combinação de várias).

Na esmagadora maioria dos casos, os menores que são identificados de alguma forma não se encontram em situação de vulnerabilidade ou na condição de vítimas. Pelo que, a esse respeito, os dados revelam uma tendência para a preservação da sua identidade em situações que podem resultar negativas para si.

FIG. 25 – MENORES EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 7 conteúdos informativos com menores em situação de vulnerabilidade.

Dos 17 conteúdos com presença de menores, sete correspondem a situações de vulnerabilidade, com maior expressão na TVI (vide Figura 25).

A SIC tem um conteúdo informativo com um menor em situação de vulnerabilidade física, e outro com menores em situação de vulnerabilidade psicológica/emocional.

Ambos os casos foram emitidos na edição de 15 de fevereiro de 2022 do “Casa Feliz”.

Um dos conteúdos relata o caso de um homem que matou o ex-sogro. O idoso era suspeito de abusar sexualmente dos netos. O pai das crianças é identificado e as fontes de informação a que se recorreu descrevem comportamentos de uma das meninas (9 anos) que atribuem aos abusos sexuais, como masturbação e automutilação.

Considera-se que as crianças em questão, tomando como verdadeiros os factos relatados, se encontram em manifesta situação de vulnerabilidade emocional e são passíveis de ser identificadas através da divulgação da identidade do pai (o suspeito).

O outro caso refere-se às agressões acima descritas a um jovem afegão, à saída da escola em Lisboa.

Neste caso, pese embora as imagens sejam captadas à distância e o nome da vítima não seja referido, há outros elementos passíveis de o identificar (nacionalidade, localização da escola, vestuário), no seio do contexto escolar, familiar e de amigos.

Já o talk show “Dois às 10”, da TVI, regista um conteúdo informativo com menores em situação de vulnerabilidade psicológica/emocional e três em que os menores estão em situação combinada de vulnerabilidade física e psicológica/emocional.

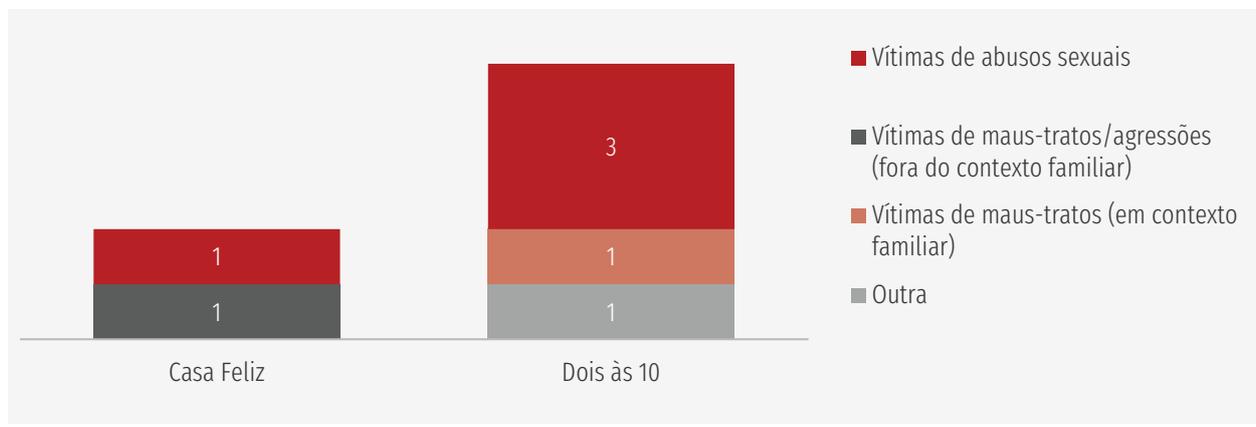
O caso da menor em situação de vulnerabilidade psicológica foi transmitido na edição de 15 de fevereiro de 2022 do talk show da TVI. Trata-se do caso de um homem que propôs um ato sexual a uma menina de 12 anos a troco de dinheiro. Não existe qualquer elemento passível de identificar a menor.

Dois dos casos, neste programa, em que os menores combinam situações de vulnerabilidade física e psicológica/emocional foram transmitidos na edição de 6 de abril de 2022. Em ambos, trata-se de situações abuso sexual de menores. Tal como no caso anterior, não existe qualquer elemento que possibilite a identificação dos menores.

O mesmo não acontece na edição de 22 de julho de 2022 do “Dois às 10”. Relata-se uma situação de violência doméstica em Odivelas, que incluiu alegadas ameaças do pai aos filhos, e existe um conjunto de elementos passíveis de identificar a mãe (vítima de violência doméstica) e, por conseguinte, os filhos menores.

As situações em que os menores são objeto de tratamento noticioso nos *talk shows*, em situações negativas ou trágicas, revelando elementos que, ainda que indiretamente, possibilitem a sua identificação, são suscetíveis de violar a garantia prevista no n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, que visa a proteção da sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar, direitos igualmente protegidos na Constituição.

FIG. 26 – MENORES EM CONDIÇÃO DE VÍTIMAS NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS *TALK SHOWS*



Nota: N = 7 conteúdos informativos com menores em condição de vítimas.

A Figura 26 corresponde aos conteúdos informativos que têm menores em condição de vítimas.

Refira-se que nem todos os menores em situação de vulnerabilidade (*vide* Figura 25 acima) são necessariamente vítimas. Veja-se o caso do talk show “Manhã CM”, da CMTV, que transmitiu uma entrevista em estúdio com exposição de uma menor em situação de vulnerabilidade física (eventual doença congénita) e que, no entanto, não se enquadra no conceito de vítima.

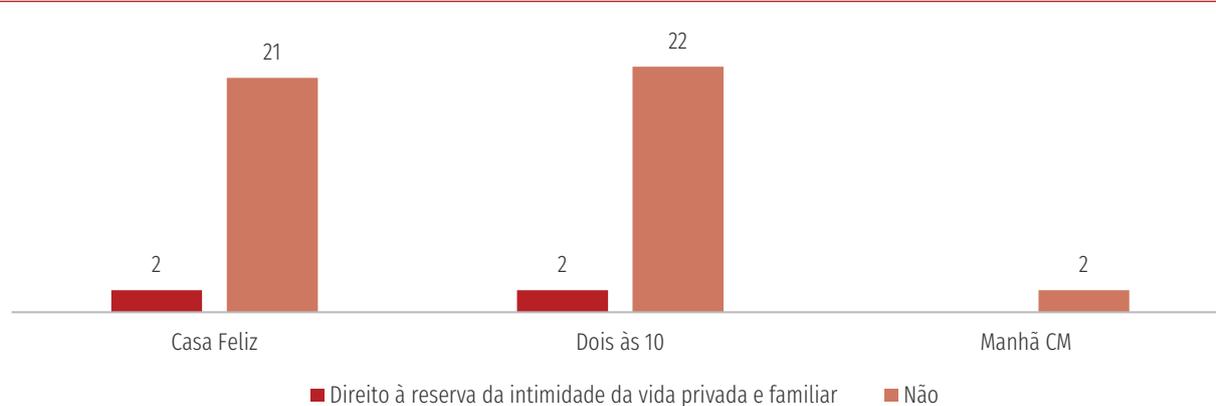
No entanto, a tendência é para que, nestes *talk shows*, se verifique uma convergência entre a condição de vítima e uma situação de vulnerabilidade, seja de que tipo for.

É o caso dos dois conteúdos informativos do “Casa Feliz”, da SIC, que apresentam uma confluência nestes termos.

É também o caso da quase totalidade destes conteúdos emitidos no “Dois à 10”, da TVI.

Excetua-se um conteúdo informativo, transmitido a 10 de janeiro de 2022, que relata a detenção de um casal que utilizava um bebé para traficar droga. No caso concreto, considerou-se que o bebé, apesar de ser apresentado na condição de vítima, já não estaria em situação de vulnerabilidade, pelo facto de a guarda da criança ter sido retirada ao casal.

FIG. 27 – EVENTUAL VIOLAÇÃO DE DIREITOS PESSOAIS DE MENORES NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS *TALK SHOWS*



Nota: N = 49 conteúdos informativos.

A Figura 27 apresenta os dados relativos à representação mediática dos atores menores de idade nos conteúdos informativos na perspetiva da salvaguarda da dignidade da pessoa humana, concretizada nos direitos pessoais previstos no n.º 1 do artigo 26.º da CRP.

A análise indica que, na amostra, as situações de possível violação, todas respeitantes ao direito à reserva da intimidade da vida privada e familiar, são marginais: dois casos na SIC e dois na TVI.

Estes casos de eventual violação de um direito fundamental com consagração constitucional referem-se aos casos acima descritos em que os menores em condição de vítimas e/ou em situação de vulnerabilidade são passíveis de serem identificados, ainda que indiretamente.

Situação que, tal como referido acima, deve suscitar um especial cuidado por parte destes operadores televisivos em conformidade com o propósito garantístico da última alteração à Lei da Televisão, plasmada, no caso em apreço, no n.º 3 do artigo 27.º.

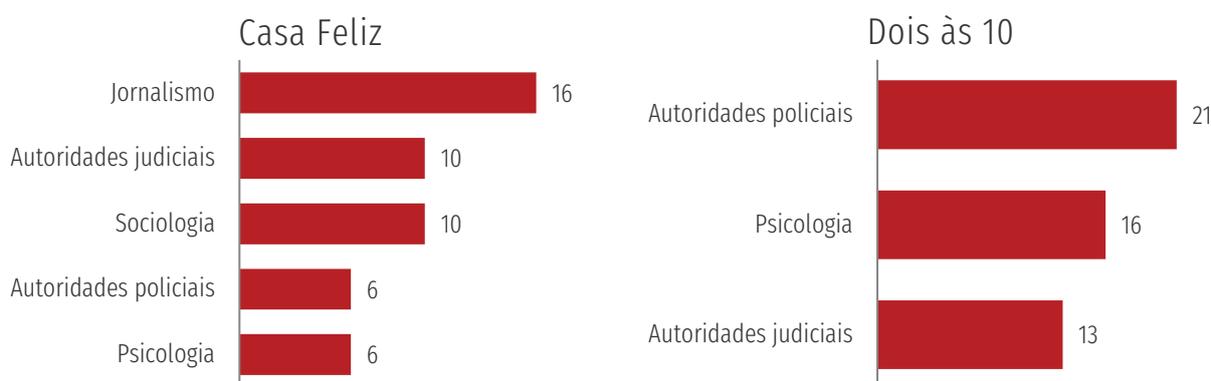
COMENTADORES

Os segmentos informativos que compõem os *talk shows* caracterizam-se, em regra, pela intervenção de um painel de comentadores provenientes de determinadas áreas profissionais e de especialização, que comentam cada um dos casos noticiados no segmento.

Em termos regulatórios, cumpre referir que, tratando-se de espaços de comentário, e, portanto, refletindo a perspetiva pessoal de quem comenta, os mesmos obedecem a requisitos distintos daqueles exigíveis a conteúdos de cariz jornalístico, por resultarem da apreciação crítica de quem os manifesta, ao abrigo da liberdade de expressão (com previsão no n.º 1 do artigo 37.º da CRP).

Todavia, os comentários, ainda que proferidos no quadro da liberdade de expressão dos seus autores, não estão subtraídos das responsabilidades que impendem sobre os operadores de televisão quanto aos conteúdos que emitem. Pelo que, sob a perspetiva regulatória, cabe avaliar a consonância destes espaços de comentário com os limites à liberdade de programação (artigo 27.º da LTSAP) e com uma ética de antena que assegure o respeito pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais (n.º 1 do artigo 34.º do mesmo diploma).

FIG. 28 – ÁREAS PROFISSIONAIS DOS COMENTADORES DOS SEGMENTOS E DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 98 presenças de comentadores em conteúdos informativos.

Os segmentos informativos que compõem parte do alinhamento dos *talk shows* da SIC e da TVI caracterizam-se por um conjunto de casos, apresentados através de peças editadas ou de ligações em direto para os locais das ocorrências, que são, depois, comentados por um painel de comentadores em estúdio.

Há ainda casos, embora com um peso menos expressivo, de conteúdos informativos transmitidos nestes programas fora dos segmentos informativos (“Análise Criminal”, na SIC, e “Atualidade”, na TVI) e que também contam com a intervenção de um comentador.

No que diz respeito aos segmentos informativos propriamente ditos, estes painéis de comentadores são sempre compostos por três pessoas. No caso do programa “Casa Feliz”, da SIC, existe um comentador fixo, Hernâni Carvalho. Nos restantes casos, os comentadores têm uma presença rotativa.

Note-se que o comentador residente do programa “Casa Feliz”, da SIC, é o único cuja área profissional não é identificada, sendo o oráculo apenas composto pelo seu nome (*vide* Figura 29). No entanto, é um profissional do jornalismo com título atribuído pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista¹⁰.

FIG. 29 – CAPTURA DE ECRÃ DO COMENTADOR RESIDENTE NO SEGMENTO INFORMATIVO DO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

A Figura 28 mostra as áreas profissionais respeitantes às 98 presenças de comentadores identificadas nos conteúdos informativos emitidos nas edições dos *talk shows* da amostra.

O programa “Casa Feliz”, da SIC, registou 48 presenças de comentadores e o “Dois às 10”, da TVI, 50 presenças.

Em termos de áreas profissionais dos comentadores, denota-se uma maior variedade na SIC, embora com maior incidência em profissionais oriundos do jornalismo (Hernâni Carvalho, o comentador residente do programa), das autoridades judiciais (advogados) e da sociologia (*vide* Figura 30).

Menos presentes estão os comentadores cuja área profissional está ligada às autoridades policiais (Polícia Judiciária) e à psicologia.

¹⁰ Com título habilitador n.º 1550. Pesquisa realizada no sítio eletrónico da CCPJ (<https://www.ccpj.pt/pt/profissionais-do-sector/>) em 14/06/2023.

FIG. 30 – CAPTURA DE ECRÃ DE COMENTADORES ROTATIVOS NO SEGMENTO INFORMATIVO DO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

Já no caso da TVI, a maior incidência encontra-se nas autoridades policiais (Polícia Judiciária). Os restantes comentadores, também com uma expressão acentuada, são provenientes da psicologia e das autoridades judiciais (advogados) (vide Figura 31).

FIG. 31 – CAPTURA DE ECRÃ DE COMENTADORES ROTATIVOS NO SEGMENTO INFORMATIVO DO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

Estes espaços de comentário presentes nos *talk shows* matinais da SIC e da TVI suscitam questões relevantes no plano da regulação.

Como se viu, os comentadores integram os painéis de comentário enquanto profissionais de determinadas áreas de especialização. Assim, é expectável que os telespectadores ponderem as suas afirmações e análises à luz das respetivas qualificações profissionais, as quais conferem aos comentários uma fiabilidade acrescida em determinados assuntos.

Pese embora estes espaços de comentário não se encontrem totalmente dispensados das exigências de rigor e objetividade, a ponderação que se impõe, à luz da regulação, faz-se, no essencial, por via da liberdade de expressão por refletirem, em princípio, não a divulgação de factuais, mas sim a apreciação crítica dos seus autores.

Não obstante, observa-se neste contexto que, não raras vezes, os comentadores avançam com factos noticiosos que não compõem as peças informativas que os antecederam, dificultando, por exemplo, a confrontação e validação dessa informação e, por conseguinte, sendo suscetíveis de prejudicar os telespectadores em matéria de rigor informativo.

Ademais, nestes espaços de comentário inseridos em segmentos informativos são suscitadas questões de diferente natureza e que são passíveis de contender com os limites à liberdade de programação, definidos no artigo 27.º da LTSAP.

É o caso da edição de 15 de fevereiro de 2022 do “Casa Feliz”, da SIC, onde se noticia o caso de um homem que agride a ex-mulher numa loja de telecomunicações em Maфра. A agressão é filmada pelo sistema de videovigilância da loja. As imagens mostram a mulher a tentar refugiar-se assim que o homem entra na loja. Logo de seguida, o homem agrediu-a com murros na cabeça e puxa-lhe os cabelos, até que a mulher cai no chão e o agressor é expulso da loja pela funcionária.

Os rostos da mulher e do homem não são nítidos nas imagens, nem os seus nomes são revelados. No entanto, são referidos outros elementos passíveis de os identificar, como o local de residência e a profissão do homem.

As imagens em causa são repetidas exaustivamente, incluindo durante as intervenções dos comentadores, através do recurso a ecrã fracionado.

Como a ERC já teve oportunidade de se pronunciar, designadamente na Deliberação ERC/2023/92 (CONTPROG-TV), «o interesse público do caso residia nos factos ocorridos, e não nas pessoas envolvidas.» Entende-se que a preponderância das imagens «não é determinante para a compreensão do acontecimento, a não ser por um prisma meramente voyeurista (...), não encontrando respaldo em critérios de interesse público».

Ademais, esta opção editorial é suscetível de comprimir direitos fundamentais de quem se vê abundantemente retratado nas imagens, sem que tal se veja justificado por razões de interesse público.

Importa ainda sublinhar que, para além dos limites à liberdade de programação claramente definidos no artigo 27.º da LTSAP, o exercício da liberdade de expressão, na qual assentam estes espaços de comentário, deve ser acompanhado de uma ética de antena que assegure o respeito pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais (n.º 1 do artigo 34.º da LTSAP), pelo que os operadores televisivos devem acautelar discursos responsáveis.

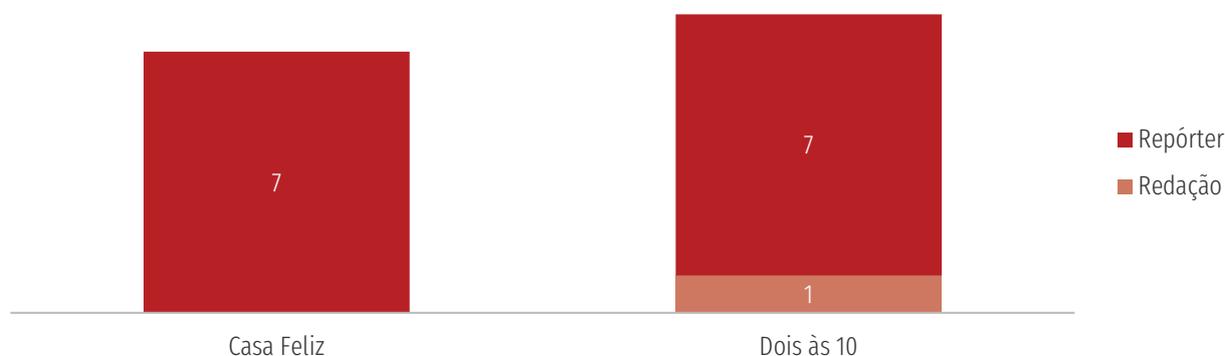
Nessa medida, tem também sido entendimento da ERC (por exemplo, a pronúncia do Regulador na Deliberação ERC/2017/246 (CONTJOR-TV)¹¹) que cabe aos operadores televisivos um princípio de responsabilidade social na sensibilização dos seus colaboradores para os efeitos sociais da comunicação em televisão, procurando não veicular discursos baseados em informação inidónea, que possam contribuir para comportamentos discriminatórios, para a perpetuação de estereótipos ou para alimentar sentimentos de alarme social junto da população.

HABILITAÇÃO PROFISSIONAL E COMPETÊNCIA SOBRE OS CONTEÚDOS

A ERC tem considerado que «é essencial uma cabal perceção do efetivo papel desempenhado pelos diferentes sujeitos intervenientes em formatos de infoentretenimento e, correlativamente, do grau de responsabilização que pode (ou não) ser-lhes assacável, quer para os que aí detêm o estatuto socioprofissional de jornalistas ou de colaboradores equiparados, e respetivas chefias, quer para os que, embora não integrando tais categorias profissionais (entrevistadores e entrevistados, opinadores ou comentadores mais ou menos ocasionais ou, pelo contrário, permanentes), nem por isso deixam de ter também, ainda que em medida diversa, responsabilidades jurídicas e, bem ainda, éticas.»¹²

Para além das matérias em termos de responsabilização legal e deontológica, importará ainda contemplar as legítimas expectativas dos telespectadores, as quais são igualmente merecedoras de proteção, considerando a natureza dos conteúdos com que são confrontados nestes programas.

FIG. 32 – UTILIZAÇÃO DE TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NOS TALK SHOWS



Nota: N = 15 conteúdos informativos que utilizam terminologia jornalística.

¹¹ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=N2ZhZDQzN2YtMzgyZS00MzBhLWEwMWMtNzc0ZWfkOGQ5MTYx>.

¹² "Infoentretenimento. Possíveis abordagens regulatórias", pág. 272.

Dos 49 conteúdos informativos identificados na amostra, 15 recorrem a terminologia jornalística (vide Figura 32). Os casos foram identificados nos *talk shows* da SIC e da TVI.

No programa “Casa Feliz”, da SIC, os sete conteúdos informativos aqui identificados referem-se a casos em que o profissional que os apresenta é identificado como repórter (vide Figura 33).

Em concreto, trata-se de dois jornalistas que, à data de exibição dos conteúdos, detinham título habilitador¹³ para o exercício da profissão atribuído pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ).

No programa “Dois às 10”, da TVI, os conteúdos informativos identificados contemplam igualmente três jornalistas, apresentados como repórteres, e portadores de título habilitador para o exercício do jornalismo, à data de exibição dos programas¹⁴ (vide Figura 34).

FIG. 33 – CAPTURA DE ECRÃ DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS COM RECURSO A TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

FIG. 34 – CAPTURA DE ECRÃ DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS COM RECURSO A TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 6 de abril de 2022.

Sobre esta questão em concreto, importa dizer que se está, de forma evidente, perante conteúdos cujo único propósito é informar, apesar de a classificação programática que a SIC e a TVI atribuem a estes programas remeter para o universo do entretenimento.

No genérico final de ambos os *talk shows* pode ler-se que estes programas se encontram sob a alçada das respetivas Direções de Programas.

Não obstante, estes casos refletem a intervenção e execução de conteúdos por profissionais do jornalismo com carteira ativa em formatos de entretenimento, respondendo, por conseguinte, perante um Diretor de Programas.

A este respeito, deverá considerar-se, em primeiro lugar, o disposto no Estatuto do Jornalista¹⁵ (EJ), designadamente na alínea d) do artigo 6.º: «constituem direitos fundamentais dos jornalistas: d) a garantia de independência».

Mais, o artigo 14.º daquele preceito legal dispõe, no seu n.º 1, que «constitui dever fundamental dos jornalistas exercer a respetiva atividade com respeito pela ética profissional, competendo-lhes, designadamente: c) recusar funções ou tarefas suscetíveis de comprometer a sua independência e integridade profissional; d) respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem».

Em termos orgânicos, verifica-se que o conjunto de jornalistas que trabalham nestes *talk shows*, ao invés de responderem perante um Diretor de Informação, fazem-no perante um Diretor de Programas.

¹³ Com título habilitador n.º 3322 e 3265. Pesquisa realizada no sítio eletrónico da CCPJ (<https://www.ccpj.pt/pt/profissionais-do-sector/>) em 14/06/2023.

¹⁴ Num dos casos com título habilitador n.º 6458. Pesquisa realizada no sítio eletrónico da CCPJ (<https://www.ccpj.pt/pt/profissionais-do-sector/>) em 14/06/2023. Nos outros dois casos, de acordo com informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 30/03/2023, os profissionais eram detentores de carteira profissional na altura de emissão dos programas da amostra, mas já não têm carteira ativa.

¹⁵ Lei n.º 1/99, de 1 de janeiro, na sua versão atual.

Ora, a LTSAP, no seu artigo 35.º, é clara relativamente às fronteiras que devem separar as duas áreas: «1 — Cada serviço de programas televisivo deve ter um diretor responsável pela orientação e supervisão do conteúdo das emissões. 2 — Cada serviço de programas televisivo que inclua programação informativa deve ter um responsável pela informação.»

No caso em apreço, está-se perante conteúdos informativos realizados por jornalistas e que não se encontram enquadrados na área informativa dos respetivos canais de televisão, mas sim na área da programação.

Tal dissonância orgânica traduz-se também no facto de os jornalistas em questão não se encontrarem comprometidos com um estatuto editorial, previsão constante do artigo 36.º da LTSAP, ferramenta que, não só definirá a sua orientação e objetivos, como inclui o compromisso dos jornalistas perante os princípios deontológicos e a ética profissional.

Assim, e tal como a ERC já teve oportunidade de salientar (designadamente, na Deliberação ERC/2023/122 (CONTJOR-TV)¹⁶), o enquadramento orgânico de parte da equipa deste programa poderá refletir uma situação de vazio de princípios orientadores e, portanto, de não compromisso com os mesmos.

Por conseguinte, o seu dever de respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial, vertido na alínea d) do n.º 1 do artigo 14.º do EJ, defronta-se com uma omissão basilar.

Entende-se que, não só a independência e integridade destes jornalistas pode ver-se melindrada, como o próprio direito dos cidadãos a serem informados, constitucionalmente garantido no n.º 1 do artigo 37.º da CRP, se poderá encontrar vulnerabilizado.

As circunstâncias particulares aqui em causa instituem um vazio de princípios deontológicos orientadores e, portanto, de não compromisso com os mesmos, na medida em que aqueles profissionais não se encontram vinculados aos deveres atinentes ao exercício da profissão, plasmados no Código Deontológico¹⁷ e no EJ.

Na prática, aos olhos dos telespectadores, está-se perante um formato jornalístico, que, contudo, não se orienta nem compromete com as exigências deontológicas e legais do exercício da profissão.

Ademais, origina uma situação de opacidade também em termos de responsabilização, não só sobre a natureza dos conteúdos, como também no que concerne às exigências no plano socioprofissional.

FIG. 35 – CAPTURA DE ECRÃ DE CONTEÚDOS NÃO INFORMATIVOS COM RECURSO A TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO PROGRAMA “MANHÃ CM”, DA CMTV



Nota: Edição de 22 de julho de 2022.

Identificou-se ainda, no talk show “Manhã CM”, da CMTV, uma situação com características particulares à qual interessa atentar.

Na edição de 22 de julho de 2022 daquele talk show (vide Figura 35), num segmento não informativo, a profissional daquele programa, que conduz a emissão em direto a partir de uma praia no Algarve, é apresentada em rodapé como repórter, pese embora não fosse detentora de título habilitador para o exercício de jornalismo naquela data¹⁸.

¹⁶ Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=YjQ3NDhjODItMTIzYS00MjkyLWI4ZTk4ZTdiY2M4ZGEzNWMy>.

¹⁷ Novo Código Deontológico, aprovado no 4.º Congresso dos Jornalistas a 15 de janeiro de 2017 e confirmado em Referendo realizado a 26, 27 e 28 de outubro de 2017.

¹⁸ Informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 21/06/2023.

Neste caso – e ao contrário do que acontece nos conteúdos identificados na Figura 32 *supra* –, fica evidente perante os telespectadores que os conteúdos não têm uma função informativa, mas sim de entretenimento.

Não obstante, a denominação da profissional utilizada no rodapé remete para o universo do jornalismo, o que se considera ser impreciso e suscetível de gerar confusão junto dos telespectadores sobre a qualidade em que aquela intervém, bem como relativamente às responsabilidades deontológicas que lhe poderão ser assacáveis.

O mesmo sucede nas edições de 15 de fevereiro e de 22 de julho de 2022 do programa “Casa Feliz”, da SIC, em conteúdos não informativos¹⁹ (vide Figura 36).

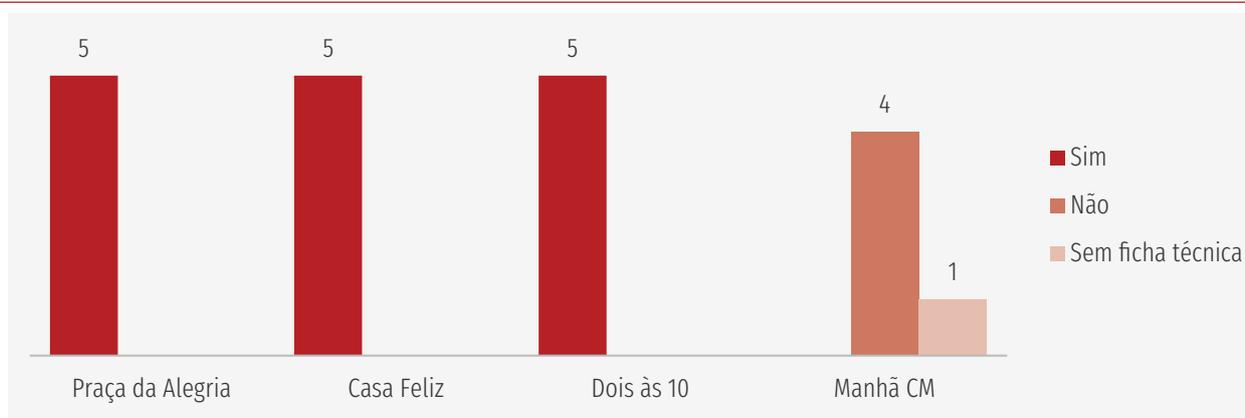
FIG. 36 – CAPTURA DE ECRÃ DE CONTEÚDOS NÃO INFORMATIVOS COM RECURSO A TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 15 de fevereiro de 2022.

Ora, as questões atinentes às habilitações profissionais surgem nos *talk shows*, não apenas nos conteúdos informativos durante o decorrer do programa, mas também nas respetivas fichas técnicas que são apresentadas no genérico final de cada edição, como se pode verificar em baixo.

FIG. 37 – UTILIZAÇÃO DE TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO GENÉRICO FINAL DOS TALK SHOWS



Nota: N = 20 edições.

Como se pode constatar através da Figura 37, o recurso a terminologia do campo jornalístico está efetivamente presente nos genéricos finais dos *talk shows*.

¹⁹ Informação prestada à ERC pela CCPI, datada de 21/06/2023.

O *talk show* da RTP1, “Praça da Alegria”, embora não tenha registo de conteúdos informativos nas edições que compõem a amostra, utiliza terminologia jornalística no seu genérico final, em concreto «reportagem», identificando os profissionais que realizam os segmentos não informativos fora do estúdio. Trata-se, em regra, de ligações em direto para divulgação de tradições e culturas locais de várias regiões do país.

O programa “Casa Feliz”, da SIC, utiliza, no genérico final, a expressão «redação», seguida de um conjunto de nomes que a integram, bem como identifica uma «coordenadora de reportagens» (vide Figura 38).

FIG. 38 – CAPTURA DE ECRÃ DE UTILIZAÇÃO DE TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO GENÉRICO FINAL DO PROGRAMA “CASA FELIZ”, DA SIC



Nota: Edição de 6 de abril de 2022.

Já no *talk show* da TVI, “Dois às 10”, o genérico final recorre à expressão «jornalistas» para apresentar a equipa, e também identifica um «chefe de redação» (vide Figura 39).

FIG. 39 – CAPTURA DE ECRÃ DE UTILIZAÇÃO DE TERMINOLOGIA JORNALÍSTICA NO GENÉRICO FINAL DO PROGRAMA “DOIS ÀS 10”, DA TVI



Nota: Edição de 2 de junho de 2022.

Por fim, o “Manhã CM”, da CMTV, nas quatro edições que contêm genérico final, não recorre a qualquer terminologia do campo do jornalismo.

Ora, as questões aqui suscitadas têm natureza distinta.

Por um lado, como já referido (*vide* Figuras 32 a 34), os *talk shows* integram nas suas equipas profissionais do jornalismo com título habilitador que respondem perante um Diretor de Programas, podendo originar uma dissonância orgânica, socioprofissional e deontológica.

Por outro lado, os serviços de programas RTP1, SIC e TVI equiparam, de forma direta («jornalistas») ou indireta («redação», «reportagem»), profissionais que não possuíam, à data, título habilitador com aqueles habilitados para o exercício da profissão.

No caso do *talk show* “Praça da Alegria”, da RTP1, que apresenta três nomes numa categoria denominada «reportagem», verifica-se que duas pessoas não detinham título habilitador emitido pela CCPJ, naquela data, e uma delas não consta da respetiva base de dados²⁰.

Por outro lado, o programa “Casa Feliz”, da SIC, no seu genérico final, apresenta, em primeiro lugar, uma pessoa como «coordenadora de reportagem». Ora, solicitada informação à CCPJ²¹, a pessoa em questão nunca constou da base de dados de profissionais daquela entidade.

Adicionalmente, a ficha técnica deste *talk show* apresenta 14 nomes sob uma secção denominada «redação». Destes 14 nomes, quatro eram detentores de título habilitador para o exercício do jornalismo naquele período, seis não eram detentores de título habilitador, e quatro nunca constaram da base de dados de profissionais da CCPJ²².

No *talk show* “Dois às 10”, da TVI, da ficha técnica consta um nome sob a secção «chefe de redação» que não era, à data, detentor de título profissional²³.

O genérico final deste programa contém ainda uma secção denominada «jornalistas» e que integra seis nomes. Destes seis profissionais, quatro eram, à data, detentores de título profissional para o exercício do jornalismo, e dois não estavam habilitados para o exercício da profissão.

Refira-se ainda que, no conjunto dos *talk shows* destes três serviços de programas, a TVI é o operador que recorre a uma terminologia de aproximação mais direta ao exercício do jornalismo («jornalistas»), embora nos restantes casos a linguagem pertença igualmente ao campo do jornalismo («redação», «reportagem», «coordenadora de reportagem»).

Ora, o que sucede, nos três casos em apreço, é uma falsa equiparação de profissionais que não são detentores de habilitação para o exercício do jornalismo com aqueles que possuem (ou possuíam, à data) carteira profissional emitida pela CCPJ.

Estes profissionais surgem aos olhos dos telespectadores, através do recurso a terminologia do campo do jornalismo, como profissionais habilitados, apesar de não o serem, o que é suscetível de configurar uma atuação gravosa por parte daqueles serviços de programas – com especial relevo a atuação da TVI –, deteriorando a relação de transparência com os seus públicos que lhes deve presidir.

Tal como a ERC já teve oportunidade de dizer, nomeadamente através da Deliberação ERC/2022/372 (CONTPROG-TV)²⁴, «esta opacidade tem impactos na legítima expectativa dos públicos que consomem tais conteúdos, pois suprime-lhes as ferramentas para determinarem que critérios de exigência são aplicáveis a este tipo de conteúdos, e introduz distorções aos princípios da credibilidade, transparência, previsibilidade e boa-fé.»

Para além disso, trata-se de uma atuação que poderá configurar a prática de um crime de usurpação de funções – sendo uma profissão para a qual a lei exige um título profissional –, nos termos da alínea b) do artigo 358.º do Código Penal²⁵, que dispõe que «quem (...) exercer profissão ou praticar ato próprio de uma profissão para a qual a lei exige título ou preenchimento de certas condições, arrogando-se, expressa ou tacitamente, possuí-lo ou preenche-las, quando o não possui ou não as preenche (...) é punido com pena de prisão até 2 anos ou com pena de multa até 240 dias».

A matéria em causa, nos termos descritos no parágrafo anterior, extravasa as atribuições de atuação, legalmente previstas, desta Entidade Reguladora, estando, todavia, ao seu alcance a respetiva comunicação às entidades com competência na matéria.

20 Informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 22/06/2023.

21 Informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 21/06/2023.

22 Informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 21/06/2023.

23 Informação prestada à ERC pela CCPJ, datada de 21/06/2023.

24 Disponível em: <https://www.erc.pt/document.php?id=ZGjZjHkMTktYjM4OS00NmJhLWI4YjMtYWFlZGZlZlTl5ZDY5>.

25 Decreto-lei n.º 48/95, de 15 de março, na sua versão atual.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO:

MENORES NOS *TALK SHOWS* TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022



1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo debruça-se sobre a representação de menores no âmbito dos *talk shows* matinais, quer enquanto objeto dos conteúdos emitidos, quer enquanto recetores.

O conceito de menores adotado cumpre o definido na Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV) - Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, ou seja, refere-se a “menores de idade”.

É importante realçar que a presente análise assume um papel exploratório de modo a informar e promover a reflexão sobre as situações identificadas e que afetam os menores.

Não se adotou uma linha decisória, a qual, de acordo com os Estatutos da ERC (cfr., nomeadamente, artigo 55.º e seguintes e artigo 64.º), se enquadra, habitualmente, em procedimentos de queixa e procedimentos oficiosos (muitas vezes suscitados por participações de cidadãos), que pressupõem a pronúncia por parte dos órgãos de comunicação social envolvidos.

Não obstante, tendo em conta que os conteúdos divulgados nos *talk shows* matinais se encontram dentro do horário protegido e tomando como referência as participações já analisadas pela ERC nesta e noutras matérias que envolvem menores, considera-se relevante, em termos pedagógicos, o presente enquadramento prospetivo.

Em termos gerais, verifica-se que:

Em vinte edições, identificam-se 69 conteúdos com a presença/referência a menores de idade. Os dados apresentados referem-se a este universo.

- As crianças até 12 anos são as mais presentes nos *talk shows* matinais, seguindo-se aquelas que têm entre 13 e 17 anos.
- Os programas “Dois às 10” (TVI) e “Casa Feliz” (SIC) contam, em particular o primeiro, com uma maior presença de menores, relativamente à RTP1 e à CMTV.
- O programa “Dois às 10” (TVI) tem o maior peso de presença de menores em temas associados a criminalidade, nomeadamente homicídios, *bullying* e violência doméstica. O tema saúde, por si só, surge como o mais representado neste serviço de programas.
- A “Casa Feliz” dá também maior representação a menores em situações de violência doméstica e crime. O tema saúde assume um peso idêntico ao tema da violência doméstica. A SIC regista a maior variedade de temas com a presença de menores.
- A “Praça da Alegria” (RTP1) e a “Manhã CM” (CMTV) destacam temas relacionados com artes e espetáculo, estilo de vida e lazer, curiosidades sobre pessoas relacionadas com outros programas do operador, como novelas ou concursos, e o desporto.
- De referir a especial dedicação da CMTV na divulgação de tradições locais, à semelhança da RTP1, ao tema da sustentabilidade e ambiente.
- Os *talk shows* visam promover o divertimento e criar diferentes emoções. Esta vertente de natureza emotiva reflete-se na partilha de situações de dor, luta e superação. O programa assume, ele próprio, um papel participativo que proporciona a mudança de vida aos convidados/entrevistados, seja apoiando-os em casos de privação económica e tratamentos médicos, seja na melhoria da sua imagem pessoal e autoestima.
- Os principais formatos adotados para divulgar os diversos temas foram classificados em: atuações ao vivo; exteriores, em direto ou editados, visando divulgar as tradições locais; convidados em estúdio que testemunham na primeira pessoa as suas experiências, num registo positivo ou negativo; convidados em estúdio que assumem uma vertente institucional/governamental que credibiliza os conteúdos em causa; espaços de aconselhamento clínico e bem-estar; rubricas de crime e telepromoção.
- Na “Praça da Alegria”, RTP1, os menores surgem retratados como agentes civicamente ativos, promotores das tradições das suas localidades e com capacidades artísticas diversificadas.
- Os menores na “Casa Feliz” da SIC surgem como vítimas de situações de crime, designadamente violência doméstica e *bullying*. São incluídos genericamente em ofertas comerciais; fisicamente ativos; relacionados com figuras públicas (figuras populares da esfera televisiva, entre outras); incluídos em situações de esperança no apoio a causas sociais, e integrando, através dos seus progenitores, percursos de vida que ilustram luta e a superação de obstáculos.
- O caso da TVI assemelha-se ao da SIC pela referida presença de menores nos espaços relativos a incidentes de natureza criminal, como a violência doméstica. Os menores surgem, assim, como vítimas de situações de crime; abrangidos por ofertas comerciais; relacionados com figuras públicas (figuras populares da esfera televisiva, entre outras), e enquanto filhos de cidadãos comuns, que passam por traumas e superam desafios no sentido da reconstrução da sua vida e autoestima, sendo os menores a motivação e razão de viver dos seus progenitores.
- Na CMTV os menores surgem em situações de lazer; ambientalmente participativos e como agentes de promoção das tradições locais. São incluídos em histórias de vida de progenitores que, com mais ou menos sucesso, lutam por eles. No contexto de *fait-divers* e figuras televisivas, as crianças surgem como partes colaterais de polémicas que envolvem os seus pais.
- Assume relevância a identificação de menores em contextos de violência. A divulgação de certas informações do foro da reserva da intimidade de crianças, ainda que com autorização dos pais, pode

ser suscetível de violar os limites à liberdade de programação, por tal divulgação poder lesar de modo irreversível bens jurídicos fundamentais do menor, como sejam a intimidade e o livre desenvolvimento da personalidade.

- Tendo em conta o disposto no n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade, devendo ser evitada a exploração mediática de aspetos da vida pessoal e familiar do menor passíveis de fragilizar a sua imagem pública.
- Estando o operador obrigado a proteger a identidade do menor, deve naturalmente evitar que a identificação possa ser feita através de elementos indiretos (como morada/local de residência, escola ou outras atividades que frequentam).
- Relatos de violência pormenorizados, com o recurso a elementos que reforçam a emoção, o choque e o carácter *voyeurista* das histórias contadas, podem ser perturbadores e emocionalmente desestabilizadores, o que aconselha uma ponderação sobre se estes conteúdos são adequados à classificação etária do *talk show* e ao seu horário de transmissão, tendo em vista a proteção da formação da personalidade de crianças e jovens e a ética de antena a que estão vinculados.

Pelo exposto, há a referir que assume relevância a identificação de menores em contextos de violência. A divulgação de certas informações do foro da reserva da intimidade de crianças, ainda que com autorização dos pais, é suscetível de violar os limites à liberdade de programação, por tal divulgação lesar de modo irreversível bens jurídicos fundamentais do menor, como sejam a intimidade e o livre desenvolvimento da personalidade.

Tendo em conta o disposto no n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade, devendo os operadores evitar a exploração mediática de aspetos da vida pessoal e familiar do menor passíveis de fragilizar a sua imagem pública.

Estando o operador obrigado a proteger a identidade do menor, deve naturalmente evitar que a identificação possa ser feita através de elementos indiretos (como morada/local de residência, escola ou outras atividades que frequentam).

Relatos de violência pormenorizados, com o recurso a elementos que reforçam a emoção, o choque e o carácter *voyeurista* das histórias contadas, podem ser perturbadores e emocionalmente desestabilizadores, cabendo aos operadores ponderar se estes conteúdos são adequados à classificação etária do *talk show* e ao seu horário de transmissão, tendo em vista a proteção da formação da personalidade de crianças e jovens e a ética de antena a que estão vinculados.



2. INTRODUÇÃO

O Departamento de Análise de Media tem desenvolvido um trabalho de monitorização sistemática, divulgando, até 2019, no Relatório de Regulação Anual, os resultados obtidos relativos à análise da obrigação do rigor, informação e proteção de públicos vulneráveis, a partir da monitorização da informação diária de horário nobre dos serviços de programas televisivos generalistas.

No presente ano, o tema **proteção de menores** integra o estudo acerca dos *talk shows* matinais com características equivalentes¹: **RTP1 - “Praça da Alegria”**; **SIC - “Casa Feliz”**; **TVI - “Dois às 10”** e **CMTV - “Manhã CM”**.

O conceito de **menores** adotado cumpre o definido na Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV) - Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual. Trata-se de um documento que se encontra em vias de atualização, tendo em vista acomodar as alterações introduzidas em 2021 à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido² (LTSAP) e que resultaram da transposição da Diretiva (UE) 2018/1808. Na aceção da mencionada Deliberação, que se encontra ainda em vigor, o conceito abrange todos os “menores de idade” (desde crianças a adolescentes).

O processo metodológico inerente à presente análise encontra-se explicitado em anexo (ver Anexo Metodológico).

3. ENQUADRAMENTO JURÍDICO

A **proteção de menores** - apreciada no contexto da regulação da atividade desenvolvida pelos Órgãos de Comunicação Social (OCS) sob jurisdição nacional - constitui um dos eixos prioritários de intervenção da ERC, tal como resulta dos seus **Estatutos**, quer ao nível do artigo 7.º (que convoca especificamente esse objetivo de regulação), quer nos restantes artigos que referem a proteção dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos em geral, incluindo os menores de idade.

Em primeiro lugar, importa considerar a lei que sectorialmente se aplica à regulação dos *talk shows*.

A transposição da [Diretiva \(UE\) 2018/1808](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018 para a ordem jurídica interna levou à aprovação da [Lei n.º 74/2020](#), de 19 de novembro, que alterou a LTSAP. As alterações entraram em vigor a 17 de fevereiro de 2021.

De entre as modificações operadas, e no que respeita à proteção de menores, saliente-se as introduzidas no **artigo 27.º, sobre os limites à liberdade de programação**.

O **n.º 1**, que continua a remeter para o cumprimento de princípios constitucionalmente consagrados, introduz agora de forma expressa «os direitos específicos dos jovens e das crianças». O **n.º 3** mantém a proibição de emissão de conteúdos televisivos que possam «prejudicar, manifesta séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e jovens», especificando agora a proibição de emissão de programas suscetíveis de prejudicar a «sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar (...)».

¹ Verificou-se que o Porto Canal apenas tem um programa classificado como *talk show* (“Viver Aqui”), mas, uma vez que não tem as características típicas dos *talk shows*, não foi incluído na análise.

² Lei n.º 27/2007, de 30 de julho.



Tal como defendido na [Deliberação ERC/2022/212 \(CONTJOR-TV\)](#) «está proibida a emissão de conteúdos que violem os direitos à imagem e à reserva da vida privada e familiar de crianças e jovens enquanto sujeitos dos conteúdos, em todos os serviços de programas televisivos, independentemente do horário de transmissão. (...) Admite-se que, não obstante a nova redação do artigo 27.º, n.º 3, da LTSAP, a revelação de aspetos da vida privada e familiar de menores poderá ser permitida se houver forte justificação editorial, sob pena de não ser possível garantir o direito a informar e o direito a ser informado, que se constituem como manifestações da liberdade de expressão e informação.» Porém, deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade.

A lei vem introduzir também um alargamento do **horário protegido**, uma vez que o novo n.º 5 do artigo 27.º parece modificar, de forma equívoca, o intervalo horário em que vigora a **proibição da emissão de conteúdos suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade dos menores**, fixando-o entre **6h00 e as 24h00**, mantendo a obrigação de serem acompanhados de identificativo visual apropriado. Assim, face a esta norma, a emissão deste tipo de conteúdos seria empurrada para depois das 24h00.

Relativamente a este ponto, a lei veio colocar um desafio prático em termos de regulação, uma vez que, em paralelo com este novo n.º 5, foi mantido o n.º 4 da versão anterior da lei, que estabelecia como **horário protegido o intervalo 6h00-22h30**. Perante a necessidade de aplicação destas normas, que conflituam sobre o horário a observar pelos operadores para os conteúdos suscetíveis de prejudicar o desenvolvimento dos menores, a ERC, de acordo com as normas interpretativas em matéria de direitos, liberdades e garantias fundamentais, assumiu a opção de aplicação da disposição menos penalizadora, isto é, o n.º 4 (**6h00-22h30**), em detrimento do n.º 5 (6h00-24h00) – cfr. [Deliberação ERC/2021/391 \(CONTPROG-TV\)](#).

O regime mais protetor dos menores, que resulta da alteração à LTSAP aprovada em 2021, reflete-se ainda no **n.º 6 do artigo 27.º**, relativo aos conteúdos que caem sob o n.º 4 (ou n.º 5), quando emitidos **em serviços audiovisuais a pedido**. Assim, estes serviços estão obrigados a introduzir uma dupla proteção sobre os conteúdos suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e jovens: «**a apresentação permanente de um identificativo visual e a adoção de funcionalidades técnicas** que permitam a quem esteja atribuído o exercício das responsabilidades parentais, se assim o entenderem, vedar o acesso das crianças e jovens a tais conteúdos».

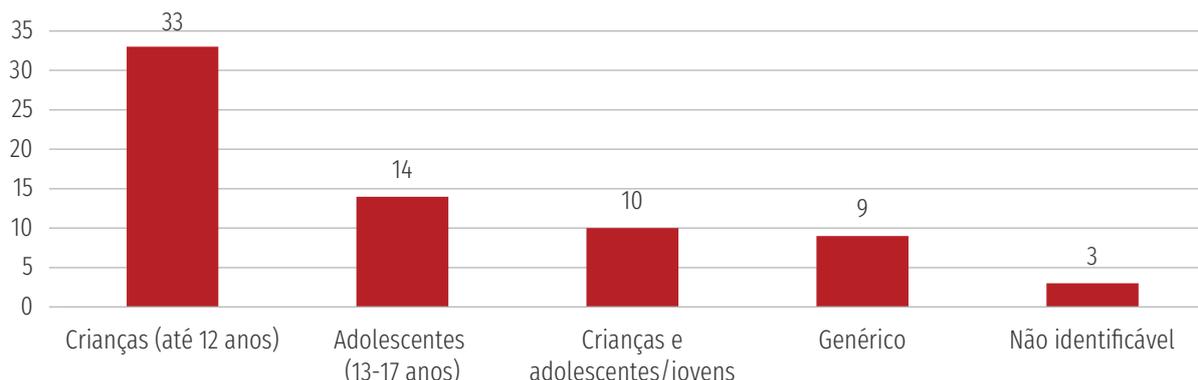
Ainda em matéria de proteção dos mais novos relativamente aos conteúdos televisivos, a versão atualizada do artigo 27.º mantém **a incumbência da ERC de estabelecer os critérios para o cumprimento dos limites à liberdade de programação**. O n.º 11 estatui: «A ERC define e publicita os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 a 6, os quais devem ser objetivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades prosseguidas».

Os trabalhos conducentes a dar cumprimento a esta disposição foram lançados, mas ainda não foram concluídos. Até lá, a ERC mantém como referência a [Deliberação ERC/2016/249 \(OUT-TV\)](#).

4. CARATERIZAÇÃO DA PRESENÇA DE MENORES NOS TALK SHOWS

No contexto da análise realizada aos *talk shows* matinais, o primeiro indicador a tomar em linha de consideração diz respeito à operacionalização do próprio conceito de menores³, cujo enquadramento jurídico se explicitou acima.

FIG. 1 - IDADES DOS MENORES EM TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

Constata-se que para os menores em situações genéricas não é explicitada a sua idade. Em três casos são referidos menores, de forma individualizada, sem que a sua idade seja explicitada.

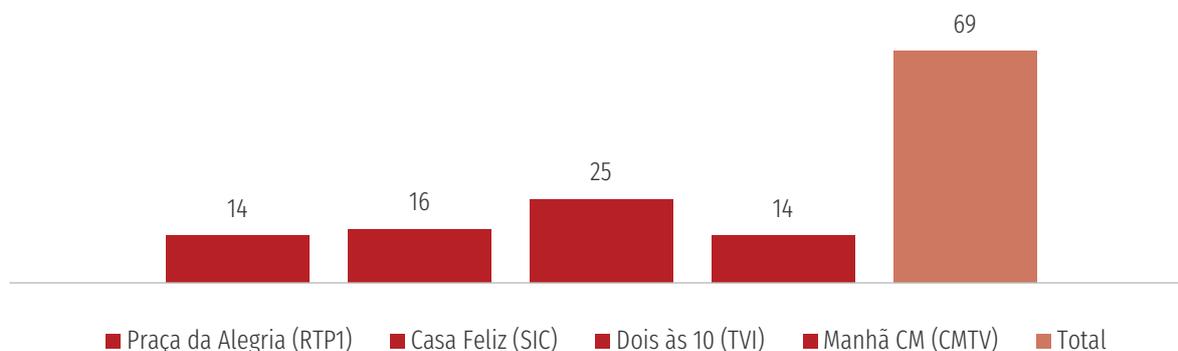
As **crianças no escalão etário inferior estão mais presentes** (33), seguindo-se os adolescentes (14), e, em terceiro lugar, a combinação de ambos (10).

Cada caso pode incluir vários menores em simultâneo, como grupos escolares, mais do que um filho de um convidado, entre outros.

No que concerne a contabilização das presenças, incluindo referências, **em vinte edições, identificam-se 69 conteúdos com a menção a menores**.

Estas presenças referem-se à globalidade dos conteúdos emitidos, independentemente da sua natureza.

FIG. 2 - MENORES EM TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

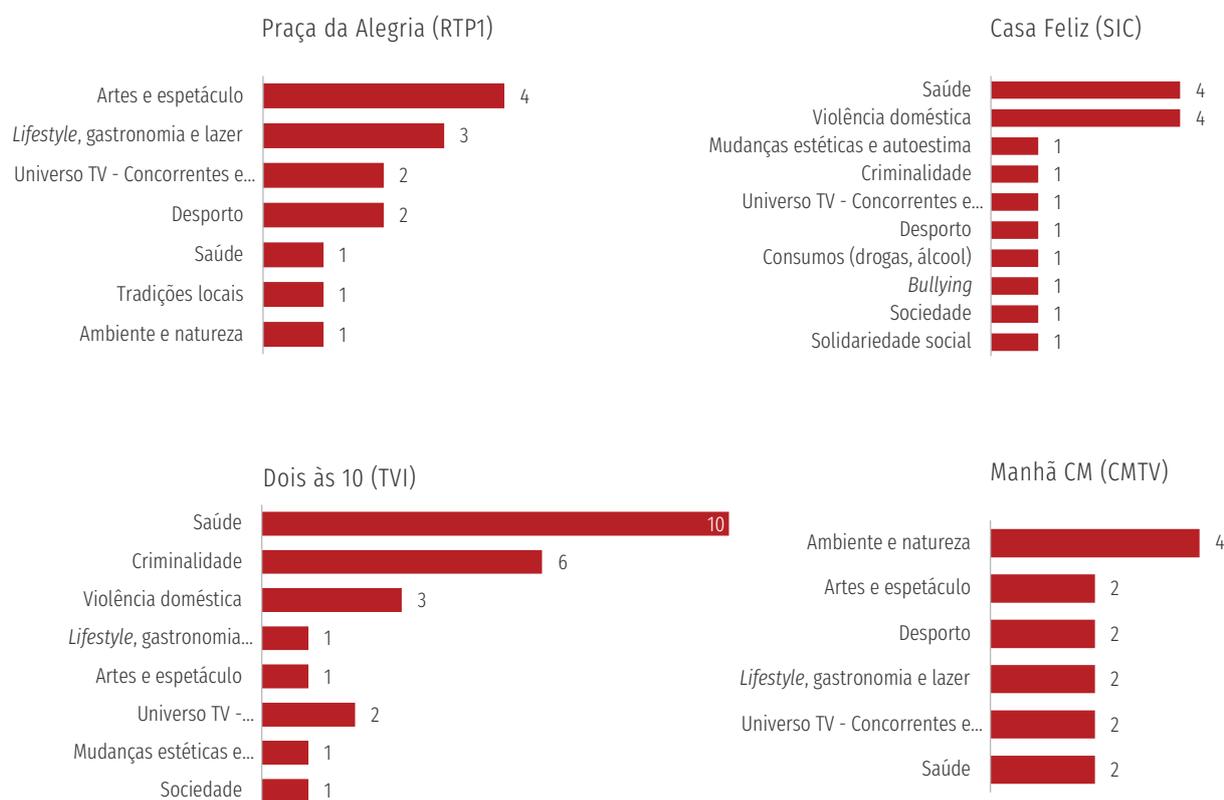
³ A presença de menores refere-se à sua participação direta ou indireta nos conteúdos emitidos, podendo esta possuir um maior ou menor nível de intervenção, incluindo-se imagens de natureza figurativa (exemplo de crianças em espaços de lazer). Na presente análise entende-se presença e referência de forma global.

Os programas **“Dois às 10” (TVI)** e **“Casa Feliz” (SIC)** contam, em particular o primeiro, com uma maior presença de **menores**, relativamente à RTP1 e CMTV.

A RTP1 não regista este tipo de presença, na primeira data analisada, a 10 de janeiro de 2022.

Estas presenças distribuem-se, em cada serviço de programas, pelas seguintes áreas temáticas:

FIG. 3 - TEMAS E MENORES EM TALK SHOWS POR SERVIÇO DE PROGRAMAS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

O programa **“Dois às 10” (TVI)**, referido como aquele que se destaca em termos de presenças de menores, é, de igual forma, o que mostra o **maior peso de questões associadas a criminalidade** (6), que inclui homicídios, *bullying* e violência doméstica (3). O **tema saúde surge como o mais representado** (10) neste serviço de programas.

Como referido no capítulo antecedente, os programas da SIC e da TVI, respetivamente **“Casa Feliz”** e **“Dois às 10”**, têm segmentos fixos dedicados ao comentário em torno de questões de criminalidade em todas as edições. No programa da SIC designam-se **“Análise Criminal”** e na TVI **“Atualidade”**. Em ambos, comentadores de áreas diversas (tais como psicologia e psiquiatria, jurídica, policial) analisam os casos de violência selecionados.

Neste sentido, a **“Casa Feliz” (SIC)** apresenta **menores em situações de violência doméstica** (4) e crime (1). O **tema saúde assume uma representação** de menores **idêntica** (4) ao da violência doméstica. A SIC regista a **maior variedade temática** (10) com a presença / referência a menores.

Com, respetivamente, sete e seis temas, a **“Praça da Alegria” (RTP1)** e a **“Manhã CM” (CMTV)** destacam **temas relacionados com artes e espetáculo, estilo de vida e lazer**, curiosidades sobre pessoas relacionadas com outros programas do operador, como novelas ou concursos e desporto.

Por tema «universo TV - concorrentes e programas», presente em todos os programas, entende-se as presenças de convidados que espelham esse universo, ou seja, trata-se de entrevistas, comentários e atuações em estúdio de pessoas associadas à esfera televisiva.

De referir na **CMTV que os menores surgem associados a temas de sustentabilidade e ambiente**, dando visibilidade a projetos diversos, designadamente em emissões ou rubricas realizadas a partir do exterior, divulgando também as tradições locais, em termos semelhantes à RTP1. Exemplo deste tema é a reciclagem dirigida a menores (exemplo do «prémio Gervásio» tal como ilustrado na figura relativa à emissão de 2 de junho).

Verifica-se que uma das características transversal aos *talk shows* analisados, enquanto programa de entretenimento e possuindo conteúdos híbridos do ponto de vista informativo, consiste em promover diferentes emoções. Esta vertente de natureza emotiva reflete-se na partilha de situações de dor, luta e superação de momentos de vida desafiantes, a par do divertimento e celebração. Para esta superação, o programa assume, ele próprio, um papel participativo, alegando que proporciona a mudança de vida necessária aos convidados/entrevistados, seja apoiando-os em casos de privação económica, seja na melhoria da sua imagem pessoal e autoestima ou denunciando os seus problemas em busca de uma solução.

No contexto dos vários temas identificados, os *talk shows* caracterizam-se pelo tipo de formato que adotam para os transmitir.

Diferentemente do capítulo antecedente sobre o *infoentretenimento*, a presente análise não se baseia na distinção entre natureza informativa ou de entretenimento desses formatos, mas antes na dinâmica que esses conteúdos visam proporcionar.

Os principais formatos identificados são:

- a) atuações ao vivo que podem incluir personalidades associadas a outros programas desse operador;
- b) exteriores, em direto ou editados, visando divulgar as tradições locais;
- c) convidados em estúdio que testemunham, na primeira pessoa, as suas experiências num registo positivo ou negativo;
- d) convidados em estúdio que assumem uma vertente institucional/governamental;
- e) espaços de aconselhamento clínico e bem-estar (inclui os segmentos de saúde);
- f) rubricas de análise de casos de crime combinando notícia/reportagem e comentário;
- g) telepromoção.

Importa compreender como os vários formatos se cruzam com as temáticas identificadas.

FIG. 4 - TEMAS E FORMATOS DOS CONTEÚDOS COM MENORES NA “PRAÇA DA ALEGRIA” (RTP1)

Temas	Formato					Total
	Atuações	Exteriores	Aconselhamento clínico e bem-estar	Convidado empreendedorismo/mudança de vida	Convidado Causas Sociais	
Artes e espetáculo	3	1	-	-	-	4
Lifestyle, gastronomia e lazer	1	1	-	1	-	3
Desporto	-	2	-	-	-	2
Universo TV	2	-	-	-	-	2
Saúde	-	-	1	-	-	1
Tradições locais	-	1	-	-	-	1
Ambiente e natureza	-	-	-	-	1	1
Total	6	5	1	1	1	14

Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 14 na “Praça da Alegria” (RTP1)

Corroborando o que já foi apontado, a **RTP1 aposta em atuações ao vivo e exteriores como forma de promover os seus conteúdos.**

Os menores surgem em seis atuações ao vivo, em estúdio, designadamente de duas concorrentes de outros programas do operador “The Voice Kids” (universo TV); de um ex-aluno da escola de hotelaria do Oeste que cozinha referindo a necessidade de criar para os jovens condições e saídas profissionais nesta área (*lifestyle*, gastronomia e lazer) e atuam alunos de uma escola de ballet e de um rancho folclórico do Alto do Mondego e do concurso promovido pela “Praça da Alegria” denominado “Temos artista” (artes e espetáculo).

Verifica-se que as temáticas se podem combinar. A título de exemplo, a atuação de folclore referida tanto contextualiza os menores como indivíduos com capacidades de dança e espetáculo, como simultaneamente dedicados às tradições locais da sua região.

No que respeita aos exteriores (5), os menores dão visibilidade ao Dia Mundial da Atividade Física. Os menores pertencem a uma escola artística e fazem uma coreografia tocando tambores (desporto); surgem num parque onde um representante do Instituto Português do Desporto e da Juventude (IPDJ) divulga uma iniciativa de promoção do desporto da Câmara Municipal de Lisboa (desporto); incluem-se no contexto académico de uma Faculdade de Medicina numa iniciativa cultural (artes e espetáculo); no parque nacional da Peneda-Gerês em atividades de lazer (*lifestyle*, gastronomia e lazer) e dando conta de uma tradição local do entrudo lagarteiro em Vilar de Amaro (tradições locais).

No espaço de aconselhamento clínico e bem-estar (“Consultório da Praça”), uma podologista refere que as suas indicações são também importantes para os adolescentes, que tendem a não apreciar calçado aberto (saúde).

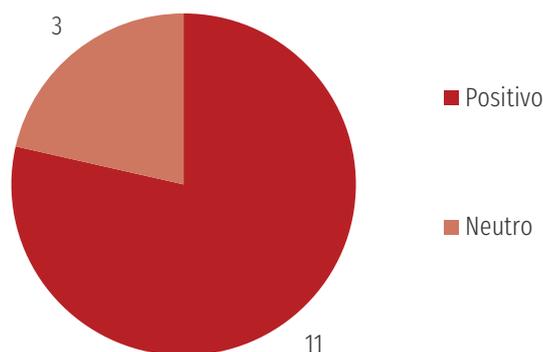
A presença de convidados em estúdio abarca pessoas que se destacam, ora pelos seus percursos de vida passando por momentos tortuosos, ora pela sua capacidade criativa e de empreendedorismo. No último caso, uma mãe, que apostou na recuperação e divulgação da arte de bordar, dando formação, faz-se acompanhar da sua filha que também borda (*lifestyle*, gastronomia e lazer).

No que respeita a causas sociais, incluem-se diversos representantes de uma associação que apoia a raça canina dos galgos. As crianças são referidas a propósito da ajuda que este animal traz para o acompanhamento da perturbação do espectro do autismo e pela presença da neta de uma das convidadas que manifesta o mesmo interesse por esta raça (ambiente e natureza).

Na “Praça da Alegria” os menores surgem essencialmente em enquadramentos positivos.

Entende-se por enquadramento positivo aquele que destaca as potencialidades dos menores em contextos tais como os de diversão e artísticos. Os registos neutros, tendencialmente de referências genéricas, contextualizam, a título de exemplo, os menores como destinatários de um produto ou serviço. Por seu turno, um registo negativo revela a existência de um problema, trauma, situação de violência, entre outros.

FIG. 5 - CONTEXTUALIZAÇÃO DOS MENORES NA “PRAÇA DA ALEGRIA” (RTP1)



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 14 na “Praça da Alegria” (RTP1)

Na “Praça da Alegria”, os menores são maioritariamente retratados como agentes civicamente ativos, com interesses culturais, que incluem as tradições das suas localidades, e com capacidades artísticas diversificadas.

Analisando agora o caso da SIC e do programa “Casa Feliz”:

FIG. 6 - TEMAS E FORMATOS DOS CONTEÚDOS COM MENORES NA “CASA FELIZ” (SIC)

Temas	Formato								Total
	Atuações	Exteriores	Convidado empreendedorismo/mudança de vida	Convidado história de vida	Convidado Causas Sociais	Rubrica crime	Telepromoção	Convidado institucional	
Saúde	-	1	-	-	-	-	2	1	4
Violência doméstica	-	-	-	-	-	4	-	-	4
Universo TV	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Mudanças estéticas/autoestima	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Criminalidade	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Desporto	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Consumos (drogas, álcool)	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Bullying	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Sociedade	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Solidariedade social	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Total	2	2	1	1	1	6	2	1	16

Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 16 na “Casa Feliz” (SIC)

O **formato da SIC que mais destaca os menores**, correspondendo à combinação notícia/reportagem e comentário já referida no capítulo antecedente, **é a rubrica de crime**. Identificam-se casos relacionados com violência doméstica⁴ (4), *bullying* (1) e outras formas de crime (1). O tema saúde surge num formato de exterior dando conta da presença de um dos apresentadores do programa numa ação de apoio à Casa da Acreditar destinada a famílias com crianças e jovens com cancro. Surge igualmente explorado pela entrevista a um convidado institucional, representante da Direção-Geral de Saúde (DGS), que alerta para os cuidados a respeitar na prevenção do Covid-19, a par de imagens de menores utilizadas num contexto figurativo.

As duas telepromoções incluem menores já que o produto divulgado os contempla como destinatários, tendo também, como oferta especial, um livro didático acerca da Páscoa, para crianças.

Identifica-se a atuação ao vivo, gastronómica, de um concorrente do programa “*Hell’s Kitchen*”, recebendo mensagens vídeo de apoio dos seus filhos e, em contexto de celebração do Dia Mundial do Desporto, a atuação de um grupo de ginastas acrobatas presentes em campeonatos mundiais.

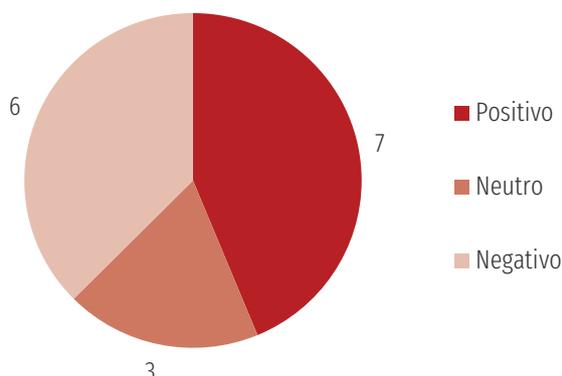
A par do referido exterior na Casa Acreditar, é estabelecida uma ligação com uma apresentadora, a partir de Londres, dando conta da celebração do jubileu de platina da rainha Isabel II, mostrando-se fotos dos seus familiares menores.

Os convidados do programa pronunciam-se sobre diferentes temas. Procurando enaltecer a importância das causas sociais, um entrevistado, de formação médica, partilha a sua experiência de apoio às vítimas da guerra, na Ucrânia, exibindo-se fotos das crianças que encontrou e, simultaneamente, vem a estúdio um seu filho menor. No mesmo sentido da resiliência e superação, uma convidada partilha, emotivamente, o seu percurso de vida que passou por uma dependência de droga, tendo conseguido voltar a poder estar com as suas filhas que, à época, teve de entregar aos cuidados de uma tia. Uma outra convidada divulga o seu trabalho que permite, através da fotografia,

⁴ «As crianças podem ser consideradas vítimas de violência doméstica como: a) testemunhas de violência doméstica: Tal inclui presenciar ou ouvir os abusos infligidos sobre a vítima, ver os sinais físicos depois de episódios de violência ou testemunhar as consequências desta violência na pessoa abusada; b) instrumentos de abuso: Um pai ou mãe agressor pode utilizar os filhos como uma forma de abuso e controlo; c) vítimas de abuso: As crianças podem ser física e/ou emocionalmente abusadas pelo agressor (ou mesmo, em alguns casos, pela própria vítima).» (<https://apav.pt/vd/index.php/features2>).

um reforço da autoestima de mulheres, designadamente daquelas que passaram pelo processo de maternidade. É referido que os adolescentes podem também usufruir deste serviço.

FIG. 7 - CONTEXTUALIZAÇÃO DOS MENORES NA “CASA FELIZ” (SIC)



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 16 na “Casa Feliz” (SIC)

Tendo em conta os temas e formatos adotados, **os menores, na “Casa Feliz”, surgem essencialmente como vítimas de situações de crime (negativo). São incluídos genericamente em ofertas comerciais; alvo das recomendações da Direção-geral da Saúde (neutro); fisicamente ativos; relacionados com figuras da esfera televisiva, e incluídos em situações de esperança no apoio a causas sociais e percursos de superação (positivo).**

Analisando agora o caso da TVI e o programa “Dois às 10”, verifica-se que se assemelha ao da SIC pela já referida presença de menores em espaços de comentário ou em segmentos com conteúdos informativos sobre incidentes de natureza criminal. Estes totalizam nove casos, três destes referentes a violência doméstica.

FIG. 8 - TEMAS E FORMATOS DOS CONTEÚDOS COM MENORES NO “DOIS ÀS 10” (TVI)

Temas	Formato							Total
	Atuações	Exteriores	Aconselhamento clínico e bem-estar	Convidado empreendedorismo/mudança de vida	Convidado história de vida	Rubrica crime	Telepromoção	
Saúde	-	-	1	1	5	-	3	10
Criminalidade	-	-	-	-	-	6	-	6
Violência doméstica	-	-	-	-	-	3	-	3
Universo TV	1	-	-	-	1	-	-	2
Artes e espetáculo	1	-	-	-	-	-	-	1
Lifestyle, gastronomia e lazer	-	-	-	1	-	-	-	1
Mudanças estéticas/autoestima	-	-	-	-	1	-	-	1
Sociedade	-	1	-	-	-	-	-	1
Total	2	1	1	2	7	9	3	25

Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 25 na “Dois às 10” (TVI)

A partilha de histórias de vida apresenta-se como tematicamente diversa. Cinco em sete casos dizem respeito ao tema saúde. Um destes inclui uma convidada que partilha o seu drama pessoal ao lidar com uma situação de depressão e bulimia, ou seja, uma questão de saúde mental, que deseja superar para recuperar a sua relação com os filhos e a capacidade de deles cuidar. Uma outra convidada partilha o momento do parto, passado durante a pandemia, como um momento traumático para si e para o seu filho. Num apelo de apoio (*crowdfunding*) para tratamentos médicos, um casal apresenta a sua filha que nasceu com um síndrome raro (Digeorge), (2 de junho). Numa situação de alegada negligência médica, os filhos descrevem o processo de falecimento da sua mãe (em fotos com os seus netos). Em estúdio, três mulheres que passaram por situações de parto involuntário partilham a sua dor, não deixando de referir, igualmente, a felicidade que sentem no caso das gravidezes bem sucedidas.

No espaço consultório médico referem-se os cuidados a ter com as costas para evitar dores, referindo-se o exemplo das mochilas escolares.

O formato de telepromoção abarca também três temas de saúde, designadamente um seguro de saúde extensível às crianças; a oferta adicional de um livro pedagógico destinado às crianças e um suplemento natural que as crianças podem também tomar.

Uma jornalista, que se estreia num dos blocos informativos da TVI (universo TV), é entrevistada acerca do seu percurso de vida, desde o lugar onde nasceu, preocupação com a imagem, relações familiares, aos seus filhos e rotinas diárias.

Em atuações ao vivo, um cantor fala da sua filha e três atrizes que participam em novelas do operador partilham a sua vida familiar enquanto cozinham.

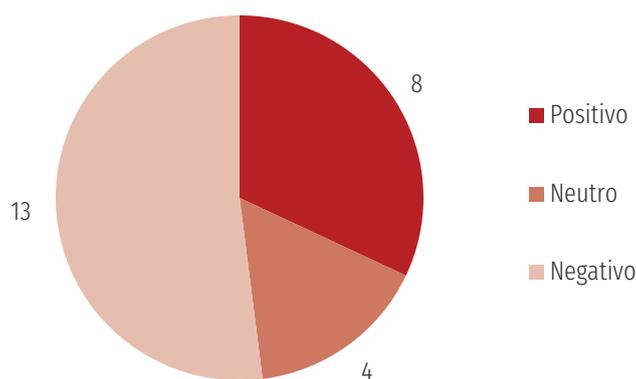
As presenças de convidados em formato de entrevista de empreendedorismo, num especial «homens que desempenham tarefas profissionais tradicionalmente desempenhadas por mulheres», incluem um participante do sexo masculino que auxilia (como Doula) mulheres em todo o processo de gravidez e um outro que faz limpezas em domicílios (6 de abril). Ambos partilham imagens dos seus respetivos filhos.

Uma convidada passou por uma mudança estética radical, pelas mãos das colaboradoras do programa, que lhe permitirá superar os seus sentimentos de tristeza, fruto do cansaço e das dificuldades em conciliar o seu trabalho na Marinha Portuguesa, embarcada, e as saudades da família. A opção por identificar este conteúdo autonomamente do tema da saúde prende-se com a sua formalização enquanto «rubrica de mudanças de visual» em que o operador proporciona a concretização desse sonho às convidadas.

Num conteúdo editado, exterior ao direto de emissão do programa, é realizada uma retrospectiva da vida da rainha Isabel II a propósito dos seus 70 anos de reinado, exibindo-se fotografias dos seus bisnetos (sociedade).

No “Dois às 10” os menores surgem essencialmente como vítimas de situações de crime (negativo), abrangidos por ofertas comerciais, relacionados com figuras da esfera televisiva (neutro), bem como filhos de cidadãos comuns que passam por traumas ou superam desafios no sentido da reconstrução da sua autoestima (positivo).

FIG. 9 - CONTEXTUALIZAÇÃO DOS MENORES NO “DOIS ÀS 10” (TVI)



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 25 na “Dois às 10” (TVI)

Analisando o caso da CMTV e do programa “Manhã CM”:

FIG. 10 - TEMAS E FORMATOS DOS CONTEÚDOS COM MENORES NO “MANHÃ CM” (CMTV)

Temas	Formato					Total
	Atuação ao vivo	Exteriores	Convidado história de vida	Convidado institucional	Comentadores (sociedade)	
Ambiente e natureza	-	2	-	2	-	4
Artes e espetáculo	1	-	1	-	-	2
Lifestyle, gastronomia e lazer	-	1	1	-	-	2
Desporto	1	-	-	-	1	2
Universo TV	-	-	-	-	2	2
Saúde	-	-	2	-	-	2
Total	2	3	4	2	3	14

Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 14 no “Manhã CM” (CMTV)

A CMTV aposta em emissões realizadas exclusivamente a partir do exterior, procurando dar visibilidade a localidades portuguesas e projetos de conservação do património natural. A título de exemplo, são feitas simulações que visam educar sobre reciclagem, divulgando-se programas como o “Gervásio” e “Amar o Mar”. As crianças participam ativamente, incluindo na limpeza das praias, falando sobre essa experiência e a importância de cuidar do planeta. Destes exteriores fazem parte, no mesmo sentido da proteção do património natural, entrevistas a representantes autárquicos, que destacam iniciativas para escolas e outras, tais como as que incluem a recuperação de brinquedos.

O exterior dedicado a *lifestyle* e lazer diz respeito a uma atividade na praia, promovida por uma marca de refrigerantes, em que participa uma família com menores. Este tema, quando explorado no contexto de histórias de vida, diz respeito a conversas informais que os apresentadores estabelecem com os locais ficando a conhecer-se o seu modo de vida. No caso, uma moradora fala dos seus hábitos e dos seus netos.

Ao vivo, um grupo de ginastas atua, sendo relevado o seu sucesso em competições internacionais, e um grupo de tocadores de bombo (Águias do Lage) demonstra a importância dos mais novos no reavivar das tradições locais.

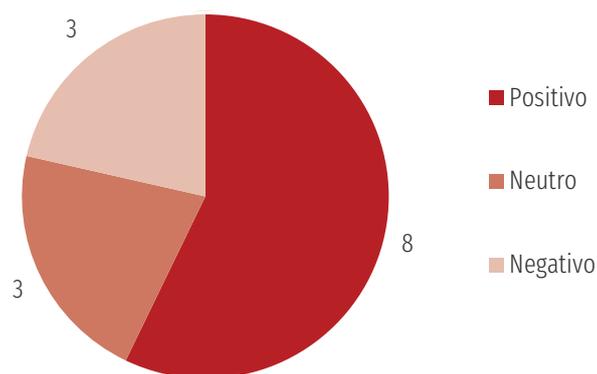
Um convidado apresenta o seu percurso de vida, falando dos seus filhos, e pertence ao domínio das artes e espetáculo, sendo conhecido por “menino Tonecas” (Luís Aleluia).

Os restantes dois convidados, que partilham as suas histórias, destacam o domínio da saúde. Um por ilustrar um exemplo de perseverança na recuperação da sua mobilidade, após um acidente de viação, sendo surpreendido pela presença, em estúdio, da mulher e do filho. Outro, trata-se de uma mãe cuja filha possui problemas de saúde que acredita poderem ser resolvidos se o pai, que negou a paternidade, se disponibilizar a ajudar e prestar informações. Ambas as histórias são emotivas.

A “Manhã CM” possui uma rubrica de comentadores regular que se debruçam sobre temas relacionados com figuras reconhecidas publicamente pela sua ligação ao meio artístico e redes sociais. Nos casos identificados, surge o filho do futebolista Cristiano Ronaldo, bem os filhos de um cantor e de uma atriz.

Verifica-se que o registo dos temas apresentados se assume maioritariamente como positivo.

FIG. 11 - CONTEXTUALIZAÇÃO DOS MENORES NO “MANHÃ CM” (CMTV)



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 14 no “Manhã CM” (CMTV)

A CMTV destaca-se pela exposição dos menores em situações de lazer; a serem ambientalmente participativos e como agentes de promoção da continuidade das tradições locais. São incluídos em histórias de vida de progenitores que, com maior ou menor sucesso, lutam por eles, e pela sua resiliência. No contexto da sociedade e *fait-divers*, as crianças surgem como partes colaterais de polémicas que envolvem os seus pais.

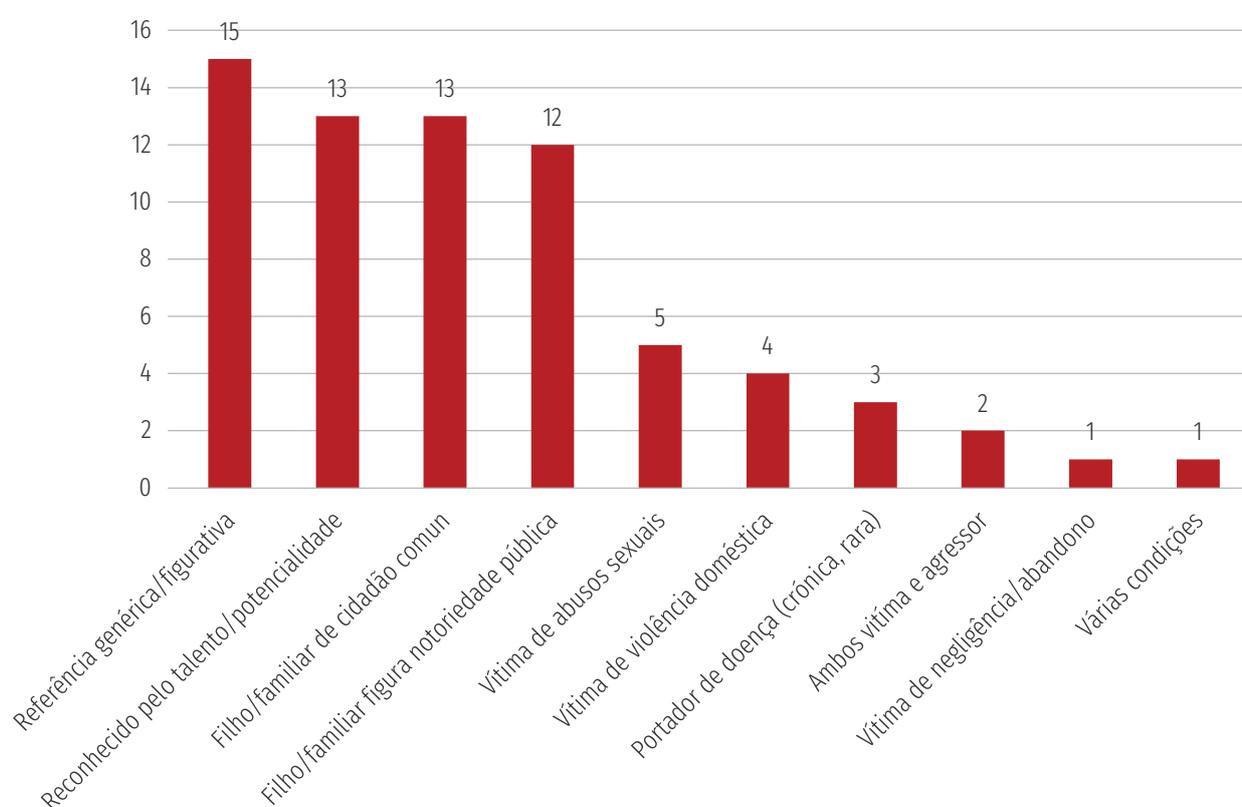
Importa, seguidamente, tomar em linha de consideração a forma como os menores são retratados, tendo em conta a sua individualidade, colocando-se questões relativas à sua identificabilidade e o papel que assumem nos conteúdos emitidos.



4. MENORES NOS *TALK SHOWS* ENQUANTO «OBJETO DE DIVULGAÇÃO»

Os menores são referidos genericamente, ou com um papel figurativo, em telepromoções e na divulgação de atividades que a eles se destinam.

FIG. 12 - PAPEL DOS MENORES NOS *TALK SHOWS*



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

São também diversas as situações em que os menores acompanham os seus progenitores nas suas iniciativas ou oferecem atuações no campo do desporto, artes e espetáculo, incluindo no sentido de promover tradições locais, sendo assim reconhecidos positivamente pelo seu talento.

São vários os convidados deste tipo de programas que, pelas suas histórias e episódios de vida, partilham com os apresentadores as suas emoções, desejos, dificuldades, vontade de superar obstáculos e atos válidos civicamente. Os seus filhos são uma fonte de apoio, de vontade de lutar, alguém a cuidar ou a recuperar após momentos de vida difíceis. Estes convidados, cidadãos comuns, aproximam-se do público pela identificação, exemplo e emoção.

As figuras reconhecidas pelo público, do universo televisivo, artes e espetáculo, são também elas mães e pais e avós e, nos *talk shows*, apresentam esta sua vertente. As suas vidas aproximam-se das do público, que passa a conhecer a sua esfera mais íntima.

Refira-se que o operador sublinha perante o público o papel do programa como uma entidade de apoio. Os problemas dos convidados/entrevistados e os factos da sua vida privada são partilhados na esfera pública (televisiva), incluindo num registo de pedido de ajuda em casos como os que procuram obter tratamentos médicos para as doenças raras dos seus filhos.

O caso, identificado no gráfico, referente a menores que surgem, simultaneamente, em condições distintas, inclui, por um lado, o filho de um convidado que se dedicou a uma ação humanitária na Ucrânia, e, por outro, a fotografia dos menores destinatários dessa iniciativa.

As situações em que os menores são enquadrados no programa como vítimas ocorrem, na sua maioria, nas rubricas que combinam segmentos informativos e os comentários em estúdio de peritos ligados às esferas psicológica, legal e judicial. Estes conteúdos apresentam os menores num contexto essencialmente negativo.

Tendo em conta o enquadramento dado aos menores nos *talk shows*, é relevante, do ponto de vista da regulação, compreender se estes são, ou não, identificáveis.

FIG. 13 - IDENTIFICABILIDADE DOS MENORES NOS TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

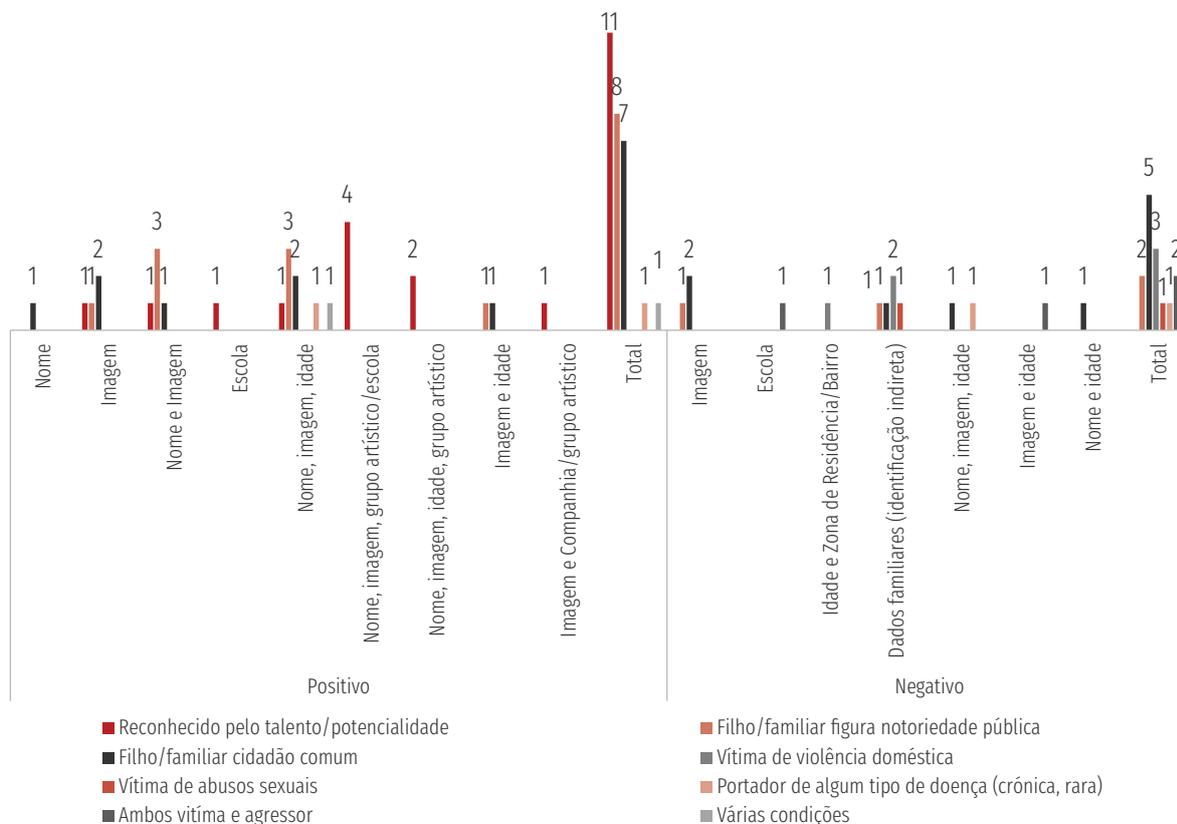
Verifica-se que são **identificáveis na maioria dos casos** (44).

Quanto aos 25 conteúdos que mencionam menores sem estes serem identificáveis, estão: 13 situações em que surgem num papel genérico ou figurativo, sendo que em quatro destes casos são destinatários, ou incluídos, em espaços de telepromoção; num caso são reconhecidos pelo seu potencial no âmbito de um programa ambiental dirigido a crianças do pré-escolar ao 2º ciclo; e, em outro, no apoio a uma causa social genericamente destinada a crianças com cancro.

Nas restantes dez situações, compreendem-se quatro vítimas de abusos sexuais; uma vítima de negligência/abandono; uma vítima de violência doméstica; um grupo de alunos de uma escola de hotelaria e três casos que abarcam filhos de pessoas com notoriedade pública (Leandro, cantor; Luciana Abreu, atriz; Cláudio Ramos, que é o próprio apresentador), não sendo divulgados dados diretamente sobre o menor no que respeita o nome ou imagem.

A Figura 14 desenvolve que dados são fornecidos para identificar os menores, tendo em conta o seu papel e contexto.

FIG. 14 - PAPEL DOS MENORES IDENTIFICÁVEIS NOS TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores

Entre os 44 conteúdos em que os **menores surgem de forma a serem identificáveis** estão 25 situações em que os próprios menores intervêm quer em estúdio, exteriores ou vídeos, incluindo as atuações ao vivo (16).

O registo positivo inclui 28 situações.

No que concerne os enquadramentos de **menores identificáveis em contextos negativos**, como referido, predominam as rubricas de crime (6), seguindo-se convidados que partilham as suas histórias e episódios de vida (5).

Quanto aos convidados que partilham as suas histórias pessoais, surgindo os menores enquanto filhos de cidadãos comuns, em contextos negativos, destacam-se os seguintes casos:

- Convidada que lida com questões de saúde mental (depressão e bulimia) considerando-se incapaz, no momento, de cuidar dos seus filhos. É realizado um exterior na sua casa onde surgem, em imagem, os seus filhos (nome e idade não referidos), partilhando a sua mãe o sofrimento em que vive («em pânico desde os 17 anos»; «sou refém dos meus ataques de pânico») (“Dois às 10”, TVI, 10 de janeiro 2022);
- Partilha de um episódio de parto doloroso em tempos de pandemia enquanto o menor dorme ao colo de um dos pais (nome e idade) (“Dois às 10”, TVI, 15 de fevereiro 2022);
- Partilha de processos de parto involuntário por questões de impossibilidade clínica de dar seguimento à gravidez. Estas mães partilham a sua dor e emoção, e o quanto representam, para si, os filhos (nomes e idades) que tiveram de gravidezes bem sucedidas (“Dois às 10”, TVI, 22 de julho 2022);
- Irmãos acusam o hospital de negligência médica por terem perdido a sua mãe. São mostradas imagens da avó com os seus netos menores (“Dois às 10”, TVI, 2 de junho 2022).

Enquanto portadores de uma doença rara, e em contexto negativo, identifica-se um menor:

- Convidada, com a filha de sete meses ao colo (nome), em ato de desespero, procura criar um apelo para que o pai, que não reconhece a sua filha, a possa ajudar a recuperar de uma situação clínica grave. A mãe explicita que este não representa um pai e o apresentador remata «coração de pedra... como é que faz isso à vida de uma criança...». Um especialista da área jurídica expõe as implicações processuais deste tipo de casos (“Manhã CM”, CMTV, 17 janeiro 2022).

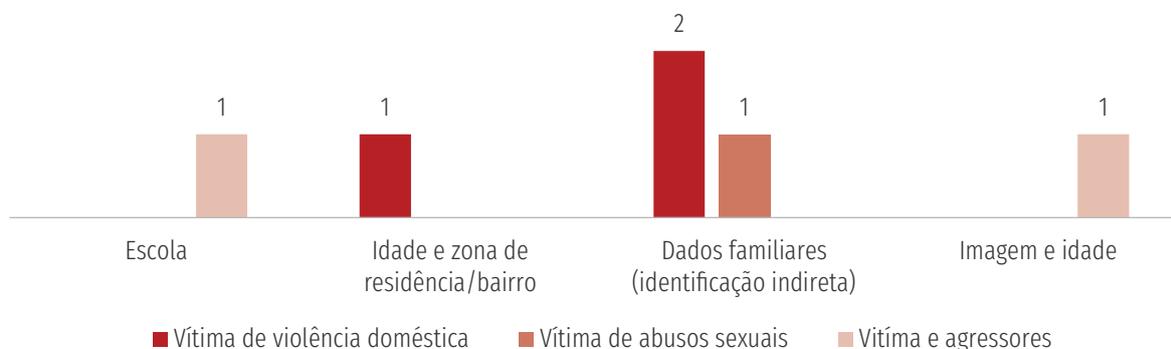
As situações de episódios de vida em que os menores são identificáveis caracterizam-se pelo facto de estes dados serem disponibilizados pelos seus responsáveis. Face à proibição absoluta constante do n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, que estabelece que não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e jovens ou a sua imagem e reserva da intimidade da vida privada e familiar, entende-se que o consentimento dos pais ou de quem detenha a tutela não é suficiente para legitimar a violação dos direitos de personalidade do menor.

Com efeito, a ERC tem defendido que a divulgação de certas informações que relevam do foro da reserva da intimidade de crianças, ainda que com autorização dos pais, viola os limites à liberdade de programação, por tal divulgação lesar de modo irreversível bens jurídicos fundamentais do menor, como sejam a intimidade e o livre desenvolvimento da personalidade (cfr. [Deliberação ERC/2021/148 \(CONTPROG-TV\)](#)).

Deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade e deve ser evitada a exploração mediática de aspetos da vida pessoal e familiar do menor passíveis de fragilizar a sua imagem pública.

As situações em que os menores são enquadrados no programa como vítimas de crimes merecem particular atenção.

FIG. 15 - VÍTIMAS IDENTIFICÁVEIS NOS SEGMENTOS COM CONTEÚDOS INFORMATIVOS DE ANÁLISE CRIMINAL DOS TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 6 conteúdos suscetíveis de identificar os menores em segmentos com conteúdos informativos de Análise Criminal

Como referido, num total de 12 casos em que os menores são vítimas, em metade das situações estas não são identificáveis tendo o operador tido essa preocupação.

Nos restantes seis conteúdos de rubricas criminais, os dados divulgados permitem a **identificabilidade dos menores**. Tomando em consideração a **natureza do crime** em questão, verifica-se que:

Menores surgem simultaneamente no papel de vítimas e agressores:

- Jovens menores que, junto a uma escola secundária identificada, agridem um outro jovem referido como «afegão recentemente chegado ao país» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 15 de fevereiro 2022);
- Um alegado homicida de 17 anos, com antecedentes criminais graves, que vitimiza um homem de 26 anos com um filho de 7 anos. Refere-se o nome do alegado agressor e exibem-se fotos pessoais. No que respeita

o filho da vítima, refere-se a sua idade, o nome do pai, sendo visível onde vive a bisavó e avô. Está em causa um menor detido, imputável a partir dos 16 anos. São feitas considerações sobre a sua culpabilidade a partir do facto de ter antecedentes criminais (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI, 2 de junho 2022).

Tratando-se de menores em situações de violência doméstica:

Uma das preocupações naquilo que diz respeito à identificação dos menores é a disponibilização de informações acerca dos seus familiares que os tornam, indiretamente, identificáveis. Alerta-se para a presença destes elementos em contextos de violência doméstica, uma vez que os dados acerca dos seus progenitores (incluindo identificação, emprego) levam à identificação dos menores (incluindo escola).

De referir, igualmente, que os menores que vivam em contextos de violência familiar são também eles consideráveis vítimas de violência doméstica. Assim:

- Um caso partilhado pela SIC e TVI que envolve uma mulher agredida numa loja de telecomunicações em que não são utilizadas técnicas de ocultação. Apesar de as imagens de videovigilância não terem absoluta nitidez, é sempre aconselhável tomar em linha de conta que, embora não identificáveis para a generalidade das pessoas, as mesmas serão, no entanto, reconhecíveis na esfera mais íntima da visada. Refere-se a localidade onde mora o casal, a sua empresa, bem como a idade do menor (“Dois às 10 – Atualidade”, TVI, e “Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, ambos a 15 de fevereiro 2022);
- Homem que incendeia a viatura da sua ex-mulher, referindo-se que têm três filhos, as suas idades e imagens do local onde estacionou junto à residência de família. Apesar do cuidado em ocultar a matrícula, os restantes elementos permitem a identificação indireta dos menores. Relata-se, ainda, um telefonema entre o pai e o filho de 13 anos em que este lhe terá perguntado, chorando, porque o fez, ao que aquele terá respondido que «ele não o amava». Em estúdio avalia-se o perfil manipulador do alegado agressor (“Dois às 10 – Atualidade”, TVI, 22 de julho 2022).

Tendo em conta vítima de abusos sexuais:

- Caso de um homem que terá alegadamente matado o avô materno dos seus filhos por este abusar sexualmente dos mesmos. É entrevistada a atual companheira do alegado homicida no bairro onde reside, identifica-se o nome dos pais das crianças, idades e nome de um dos menores, referindo que os mesmos revelam graves traumas psicológicos (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 15 de fevereiro de 2022).

A questão da identificabilidade é fundamental do ponto de vista jurídico.

O artigo 26.º, n.º 1, da Constituição da República Portuguesa determina que «a todos são reconhecidos os direitos (...) ao bom nome e à reputação, à imagem, à reserva da intimidade da vida privada e familiar (...)».

Nos casos em que os órgãos de comunicação social estão obrigados a proteger a identidade de determinada pessoa, devem naturalmente evitar que a identificação possa ser feita através de elementos indiretos.

Veja-se, por exemplo, a Diretiva 2019/1, sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica⁵, que determina que «Deve ser respeitado o direito à intimidade das pessoas agredidas e familiares, (...) ponderando se os envolvidos têm condições objetivas para darem o indispensável consentimento prévio para a recolha de imagens ou depoimentos.» Como tal, devem os órgãos de comunicação social «Evitar a recolha e emissão de toda a informação relativa à vítima e familiares através de fotografias dos próprios, de indicações do local de residência, entre outras que as identifiquem.»

Face à nova redação do n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP, entende-se que os menores não devem ser identificados através de imagem e dos nomes próprios e/ou através de outros elementos, como morada/local de residência,

⁵ Pode ser consultada no site da ERC.

escola ou outras atividades que frequentam, se estiverem em causa situações que possam colocar em causa a sua imagem pública, presente e futura, designadamente enquanto vítimas de abusos sexuais, portadores de doença mental ou física, vítimas de maus-tratos físicos e psicológicos, de abandono e de negligência, autores de crimes, ou quando estiverem em causa comportamentos problemáticos, uma inserção social deficiente, institucionalização por razões sociais ou de saúde mental, aspetos físicos ou de outra natureza passíveis de prejudicar a autoimagem ou que diminuam a criança ou jovem perante a comunidade.

Seguidamente analisa-se o impacto para os menores dos conteúdos emitidos, em que estes são, igualmente, referidos.

5. MENORES NOS *TALK SHOWS* ENQUANTO RECETORES

Os menores são, igualmente, recetores daquilo que é divulgado e que os envolve. Porém, por exemplo no caso das rubricas de crime, os eventos analisados tendem a desconsiderar que os menores envolvidos possam assistir aos *talk shows*. Questiona-se, igualmente, o impacto, em outros menores, da sua exposição a este tipo de conteúdos.

Referidas foram já as situações em que os menores poderão assistir à divulgação de casos em que surgem como vítimas, suscetíveis de os expor mediaticamente (consideradas no ponto anterior), bem como de os fragilizar emocionalmente por aquilo que é divulgado acerca dos seus familiares, como vítimas ou alegados agressores.

A divulgação das situações em que são vítimas poderá agravar o seu trauma. A título de exemplo, no caso de vítimas de abusos sexuais, descreve-se com algum detalhe o *modus operandis* do alegado agressor (avô): «dava pénis de borracha... o irmão foi obrigado a assistir aos abusos» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 15 de fevereiro de 2022).

Os menores assistem a situações que expõem atos violentos de um membro da sua família sobre outro, em muitas circunstâncias com apreciações valorativas de comentadores que aconselham a sua condenação. O formato de conteúdos acusatórios acerca do carácter e conduta dos agressores é predominante nos espaços de rubrica de crime.

A título de exemplo:

- «podia ter feito alguma coisa era a ele próprio» (consideração de um comentador acerca de um agressor) (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 22 de julho de 2022);
- «não é herói, vai levar com muitos aninhos de prisão que é o que ele precisa» (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI, 10 de janeiro de 2022);
- «pateta mesmo no sentido de pateta e ter problemas psicológicos» (consideração de um comentador acerca de um agressor) (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 22 de julho de 2022).
- «em causa se este tipo de conduta não tenha em base uma patologia» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 10 de janeiro de 2022).

Os dois últimos comentários permitem alertar para a questão da estigmatização em torno da saúde mental por se contribuir para um reforço da associação entre esta problemática e criminalidade.

A este respeito, a [Ordem dos Psicólogos](#) realça que «existe uma ideia popular pré-concebida que associa os problemas de Saúde Psicológica à violência. Os factos, no entanto, não confirmam este preconceito. Por isso as histórias

devem evitar que, implicitamente seja passada a mensagem que as pessoas com problemas de Saúde Psicológica são violentas. Na realidade, é muito mais provável que as pessoas com problemas de Saúde Psicológica se magoem a si próprias do que aos outros. Por exemplo, pessoas com um diagnóstico de Esquizofrenia são cem vezes mais perigosas para si próprias do que para os outros: o risco de alguém com este problema magoar com gravidade ou matar outra pessoa foi calculado em 0,005%, enquanto o risco dessa pessoa em suicidar-se atinge os 10 %.»

A problemática da saúde psicológica surge nos *talk shows*, igualmente, em histórias de vida com episódios de sofrimento, referindo-se o consumo de drogas e traumas associados a situações de negligência de menores.

FIG. 16 - CAPTURA DE ECRÃ DE UMA RECONSTITUIÇÃO ILUSTRATIVA DO CONSUMO DE COCAÍNA



Nota: Edição de 2 de junho de 2022, “Casa Feliz”, SIC

A questão do suicídio foi já abordada a propósito do *Infoentretenimento* no capítulo antecedente.

Pese embora os resultados apresentados se refiram a um universo de conteúdos que referem menores, e não se tratando do caso, ainda assim, no contexto da proteção de menores enquanto recetores, identifica-se uma rubrica criminal (SIC e TVI), em que se analisam os detalhes forenses de um enforcamento visando apurar tratar-se, ou não, de um suicídio: «encontrado morto pendurado numa árvore... saber se é suicídio - como foi dado o nó; se já está morto quando foi pendurado» (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI e “Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, ambos a 10 de janeiro 2022).

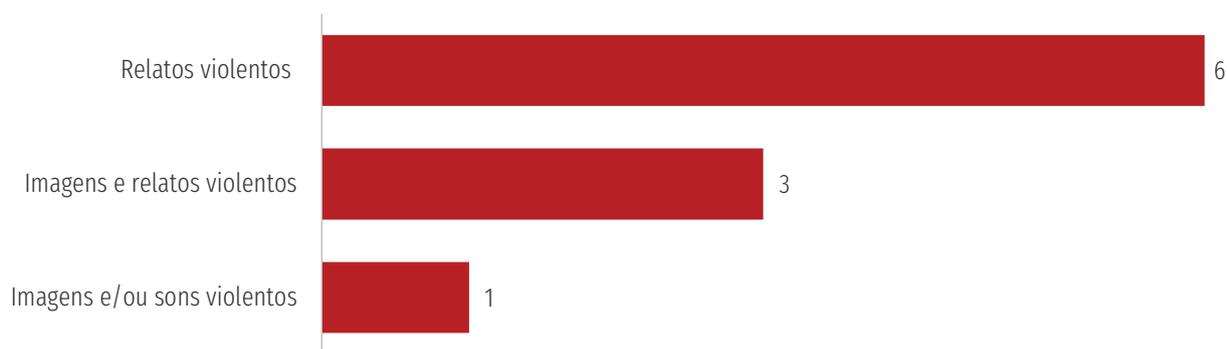
Deve referir-se a [pronúncia no âmbito da discussão pública do plano nacional para a prevenção do suicídio](#) que define como boas práticas: «realçar as alternativas ao suicídio e fornecer informações sobre as linhas de ajuda e recursos comunitários», bem como a não descrição do método utilizado.

Embora num enquadramento de procura de apoio, não deixaram de ser identificáveis situações em que os familiares próximos dos menores, provedores pela sua estabilidade e bem-estar, essenciais ao seu desenvolvimento psicossocial, se revelam, na esfera pública, em situações de vulnerabilidade.

Em última instância os menores poderão assistir, em situações semelhantes, ao sofrimento dos seus pais, ou de outrem, e a juízos de valor sobre os mesmos, como referido: «coração de pedra... como é que faz isso à vida de uma criança...» (“Manhã CM”, CMTV, 17 janeiro 2022).

A Figura 17 contabiliza os relatos e imagens a tomar em linha de reflexão tendo em conta a sua natureza violenta e o período de emissão dos referidos programas.

FIG. 17 - CONTEÚDOS VIOLENTOS NOS SEGMENTOS COM CONTEÚDOS INFORMATIVOS DE ANÁLISE CRIMINAL SUSCETÍVEIS DE AFETAR MENORES NOS TALK SHOWS



Nota: N total em análise = 69 conteúdos com presença/referência a menores; 10 conteúdos suscetíveis de possuir elementos violentos nos segmentos com conteúdos informativos de Análise Criminal

Identifica-se como **imagens e relatos de natureza violenta:**

- *Loop* contínuo de imagens do alegado agressor a entrar numa loja de telecomunicações e a esmurrar a ex-mulher - «espanca»; «arrombou a porta da casa»; «apertar o pescoço»; «apontar uma faca»; «dizer que se ela não fosse dele não seria de ninguém»; «ameaçou»; «atirar ácido» (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI e “Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, ambos a 15 de fevereiro 2022);
- «ameaça de morte e incendeia carro da mulher após discussão no café»; «ameaça com faca à frente dos filhos»; «após a separação, começou o inferno... atirou fogo ao carro da vítima e depois ameaçou que mataria também os filhos...terá tentado o suicídio» (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI e “Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, ambos a 22 de julho 2022);
- «foi encontrada na cama, de pijama, de barriga para baixo, e com três tiros nas costas», com medo que a irmã a matasse; «foi utilizada uma almofada para abafar o som dos disparos»; «... foi assassinada a mando da irmã» (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI, 22 de julho 2022);
- «baleado na cabeça à queima-roupa» (“Dois às 10 – Atualidade”, TVI, 2 de junho 2022);
- vídeo em que um adulto (imagem distorcida), dependente de droga, alegadamente confessa ter oferecido 100€ a uma criança de 12 anos, «em troca de sexo oral». No vídeo, a circular em redes sociais, ouve-se a seguinte confissão: «100€ para fazer um (sinal sonoro em que a palavra é perceptível - «broche») ... estava a ressacar!». Em resposta a mulher que, forçadamente, o obriga a confessar responde: «A ressacar, seu (sinal sonoro em que é perceptível «filho da puta!»). A filmagem termina de forma abrupta sugerindo que o alegado «predador» terá sido agredido, num contexto de justiça popular (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI, 15 de fevereiro 2022).

Também como o referido caso de eventual suicídio, fora do âmbito dos casos que envolvem menores ao nível do conteúdo, e exclusivamente enquanto destinatários, identificam-se outros exemplos de relatos de natureza violenta:

- «tenta assassinar vizinho à martelada» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 10 de janeiro 2022);
- «Disputa por rapariga acaba em homicídio»; «Suspeito e vítima queriam namorar com a mesma jovem»; «foi esfaqueado duas vezes nas costas»; «esfaquear de forma mortal» (“Dois às 10 – Atualidade”, TVI, 10 de janeiro 2022);
- «Neto agride a avó de 83 anos»; a avó é entrevistada na sua casa (de robe); imagens repetidas de objetos danificados em resultado da alegada violência do neto contra a avó» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 6 de abril 2022);
- O irmão mais velho de 22 anos que esfaqueia o mais novo de 20 ambos hospitalizados (“Dois às 10 - Atualidade”, TVI, 6 de abril 2022);
- «Embededa-se porque mulher o trocou por outro e atea fogo» (“Casa Feliz – Análise Criminal”, SIC, 22 de julho 2022).

Procurando a ajuda do programa, não se encontram exclusivamente pais, mas também outras pessoas adultas em situação de desespero. O isolamento na terceira idade não deixa de ser uma dessas situações. Por exemplo, o caso de uma senhora de 99 anos que perdeu a casa nos incêndios e, ao longo da vida, vários familiares (dois filhos e marido), que chora em emoção dizendo «já tive muitos desgostos», procurando apoio habitacional que o programa irá, através de uma marca, tentar resolver. Ou o caso de Filomena que cuida da mãe de 90 anos acamada (cancro da face) numa habitação cujos tetos estão prestes a ruir. A senhora chora em desespero pela sua mãe.

Estes relatos pormenorizados, com o recurso a elementos que reforçam a emoção, o choque e o carácter *voyeurista* das histórias contadas, podem ser perturbadores e emocionalmente desestabilizadores. Como tal, cabe aos operadores ponderar se estes conteúdos são adequados à classificação etária do programa e ao seu horário de transmissão, tendo em vista a proteção da formação da personalidade de crianças e adolescentes (cfr. n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP).

No âmbito dos **conteúdos de natureza sexual**, identificou-se, ainda, a situação de um homem detido porque se «masturbava à frente de crianças», nas portas de escolas e infantários, tendo as vítimas entre os quatro e onze anos. Salienta-se, em comentário, que este tipo de comportamentos tende a escalar para agressões sexuais.

Numa outra situação, tiram-se ilações sobre a desadequação de uma pena para um caso de violência doméstica, cuja culpa foi atenuada, alegadamente, por «falta de sexo».

Exemplificam-se, seguidamente, as reconstituições que, nos segmentos com conteúdos informativos das rubricas criminais, apresentam imagens que são suscetíveis de representar, situações de violência.

FIG. 18 - CAPTURAS DE ECRÃ DE RECONSTITUIÇÕES DE CARIZ VIOLENTO NOS SEGMENTOS COM CONTEÚDOS INFORMATIVOS DE ANÁLISE CRIMINAL SUSCETÍVEIS DE AFETAR MENORES NOS TALK SHOWS



Nota: Edição de 10 de janeiro de 2022, "Dois à 10", TVI



Nota: Edição de 6 de abril de 2022, "Casa Feliz", SIC



Nota: Edição de 6 de abril de 2022, "Casa Feliz", SIC



Nota: Edição de 6 de abril de 2022, "Dois às 10", TVI

Importa destacar, nestes casos, que os operadores optam, nas rubricas de natureza criminal, por adensar as dimensões de sofrimento e violência, seja através das imagens exibidas, seja através do relato e dos comentários dos especialistas.

Independentemente de se tratar, ou não, de uma violação dos limites à liberdade de programação estabelecidos no artigo 27.º, deverá ser feita uma reflexão sobre a adequação destes conteúdos ao formato de *talk show*, tendo em conta a faixa horária em que são emitidos e a sua classificação etária, sem esquecer a ética de antena a que os operadores estão vinculados.

6. PROTEÇÃO DE MENORES NO ÂMBITO DOS *TALK SHOWS*: DOMÍNIOS A REFLETIR

No âmbito das competências de regulação do Conselho Regulador, designadamente as previstas nos artigos 7.º, 8.º e 24.º dos Estatutos da ERC, foram aprovadas, ao longo de 2022, 29 deliberações relativas a conteúdos televisivos em que foram avaliados os limites à liberdade de programação estabelecidos no artigo 27.º da LTSAP e analisada a suscetibilidade do programa de prejudicar a livre formação da personalidade de crianças e jovens.

Deste total, três deliberações dizem respeito a *talk shows*.

A [Deliberação ERC/2022/170 \(CONTPROG-TV\)](#) analisou o programa “Em Família”, de 19 de fevereiro de 2022, classificado através da sinalética «12 AP», que se iniciou pelas 15h26m e foi dedicado à comemoração dos 29 anos da TVI e à respetiva Gala de Aniversário. Surge no cenário do programa uma banca de garrafas, com um empregado de bar a preparar bebidas. Há uma descrição das bebidas e os apresentadores surgem a beber *cocktails*. A ERC destacou que, de acordo com a Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV), de 22 de novembro, os consumos de álcool «não deverão ser fomentados ou *glamourizados* em (...) programas suscetíveis de serem amplamente vistos por crianças e adolescentes (ou seja, entre as 6h e as 22h30m) a menos que haja uma forte justificação editorial.» Por outro lado, no referencial do Regulamento Interno da Comissão de Classificação (IGAC), é determinado que, nas obras classificadas para 12 AP, considera-se aceitável a inclusão pontual de cenas alusivas ao consumo de álcool ou tabaco, desde que num contexto dissuasor. Além disso, o acordo de autorregulação entre os operadores RTP, SIC e TVI determina que, nos programas 12 AP, é aceitável a inclusão pontual de cenas alusivas ao consumo de álcool ou tabaco, desde que num contexto dissuasor. No caso em apreço, a inclusão de uma marca que remete a bebidas alcoólicas, a descrição exaustiva da composição das bebidas e o convite *glamourizado* aos participantes no programa são constantes e ostensivos. No programa subestima-se o teor alcoólico das bebidas preparadas pelo *bartender*, referindo-se que a bebida tem pouco álcool, logo pode ser consumida. Esta conduta de desresponsabilização, em conteúdos exibidos durante a tarde, poderá influir de modo negativo no desenvolvimento e formação dos jovens. Como tal, foi determinada a abertura de procedimento contraordenacional contra o operador TVI – Televisão Independente, S.A., com fundamento no incumprimento da exibição de conteúdos suscetíveis de influírem na formação e desenvolvimento de jovens, no período entre as 6h e as 22h30m.

A [Deliberação ERC/2022/420 \(CONTPROG-TV\)](#) foi suscitada por uma participação de um cidadão e apreciou a edição de 6 de setembro de 2022 do programa “Praça da Alegria”, transmitido pela RTP1, na qual os apresentadores do programa entrevistam um casal, Kelly Baron e Pedro Guedes. Perto do final do programa, o casal participa num jogo que se chama «mata balão» e o objetivo é que cada equipa rebente o maior número de balões em 30 segundos. O casal coloca o saco de balões entre os dois e simula posições sexuais na tentativa de os rebentar. Da análise aos conteúdos, verificou-se que tudo decorre num registo humorístico e pouco ostensivo, parodiando o objetivo do jogo. A câmara faz planos distanciados. O casal Kelly Baron e Pedro Guedes nunca é objeto de planos individuais nem aproximados. Concluiu a ERC que, embora o tecido social seja composto por diferentes sensibilidades, não se evidenciam indícios no programa de que os conteúdos sejam suscetíveis de influir de modo negativo na livre formação da personalidade de crianças e jovens. Destacando que não cabe à ERC sindicar o bom ou mau gosto daquele tipo de conteúdos, o procedimento foi arquivado.

Também na [Deliberação ERC/2022/424 \(CONTPROG-TV\)](#) a ERC procedeu ao arquivamento do procedimento. Estava em causa a edição de 28 de junho de 2019 do “Programa da Cristina”, transmitido pela SIC, em concreto a rubrica “Crónica Criminal”. Durante esta transmissão, o comentador Hernâni Carvalho diz: «mas também ninguém é preso em Portugal por

causa disso. Até há uma procuradora que diz que chamar filho da puta a um agente da PSP não tem mal nenhum. É um grito de revolta.» Nesse seguimento, a apresentadora questiona: «mas como é que se diz essas coisas também? Como é que uma procuradora diz que alguém chamar nomes aos elementos da polícia, ou o que quer que seja, é apenas um ato de revolta?». Mais à frente, o comentador Hernâni Carvalho responde: «no meu tempo, quando eu cresci, disseram-me que não se chama filho da puta a ninguém, muito menos a um agente da autoridade.» A ERC destacou que o programa é transmitido em direto e, por tal, podem ocorrer situações que não são passíveis de controlo prévio por parte do operador televisivo, como é o caso em apreço. O recurso à expressão «filho da puta» num programa pertencente à categoria de entretenimento, emitido durante o dia, e destinado a todos os públicos, sem restrições, constitui uma situação que apela necessariamente à avaliação da observância dos limites à liberdade de programação, previstos no artigo 27.º da LTSAP. Porém, considerou a ERC que é preciso notar que a expressão não foi destinada a ninguém em particular, indivíduo ou grupo de pessoas, e constitui uma citação relacionada com uma pronúncia judicial. A expressão foi utilizada duas vezes, no contexto de um comentário crítico ao citado despacho. A expressão não é, assim, ofensiva, para efeitos da aplicação do normativo legal em causa. Não obstante a apresentadora do programa não ter propriamente censurado a utilização da expressão por parte do comentador Hernâni Carvalho, a análise aos conteúdos permitiu verificar que, efetivamente, as considerações feitas em abstrato sobre o recurso a tal expressão vão no sentido da sua reprovação.

A título de conclusão, a Figura 19, sintetiza os elementos identificados que merecem particular reflexão no que respeita menores e *talk shows* matinais.

FIG. 19 - ASPETOS A REALÇAR PARA A PROTEÇÃO DE MENORES NOS TALK SHOWS

Menores enquanto objeto dos conteúdos e titulares de direitos de personalidade	
Reserva da intimidade da vida privada e familiar (CRP - 26º; CC - 80, n.º1)	<ul style="list-style-type: none"> Face à recente alteração à LTSAP, está proibida, por regra, a emissão de conteúdos que violem os direitos à imagem e à reserva da vida privada e familiar da criança ou jovem enquanto sujeito dos conteúdos, em todos os serviços de programas televisivos, independentemente do horário de transmissão. A exposição da imagem do menor ou a revelação de aspetos da sua vida privada só é permitida se houver forte justificação editorial. Deve sempre considerar-se o direito das crianças e jovens ao livre desenvolvimento da personalidade. Os órgãos de comunicação social devem sempre ter em conta que a vontade do próprio menor de se expor e/ou consentimento dos pais ou de quem detenha a tutela não é suficiente para legitimar a violação daqueles direitos. A divulgação de certas informações do foro da reserva da intimidade de menores, ainda que com autorização dos pais, pode violar os limites à liberdade de programação, se lesar de modo irreversível bens jurídicos fundamentais do menor, como sejam a imagem, a intimidade e o livre desenvolvimento da personalidade.
Identificação de vítimas de violência doméstica (direta/Indireta)	<ul style="list-style-type: none"> Relativamente aos menores enquanto vítimas da violência doméstica, deve ser atendida a Diretiva da ERC 2019/1, sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica, na qual se determina que «deve ser respeitado o direito à intimidade das pessoas agredidas e familiares, evitando a construção da narrativa centrada nas vítimas e familiares em particular quando estão envolvidos menores, ponderando se os envolvidos têm condições objetivas para darem o indispensável consentimento prévio para a recolha de imagens ou depoimentos.»
Identificação de vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual	<ul style="list-style-type: none"> De acordo com a alínea c) do n.º 2 do artigo 88.º do Código Processo Penal, não é autorizada, sob pena de desobediência simples, «a publicitação, por qualquer meio, da identidade de vítimas de crimes de tráfico de órgãos humanos, tráfico de pessoas, contra a liberdade e autodeterminação sexual, a honra ou a reserva da vida privada, exceto se a vítima consentir expressamente na revelação da sua identidade (...)». No que respeita a menores, é necessário ter em conta a proibição absoluta que resulta do n.º 3 do artigo 27.º da LTSAP. Não podem ser emitidos conteúdos que explorem aspetos da vida pessoal e familiar passíveis de fragilizar a imagem pública dos menores. Estando o operador obrigado a proteger a identidade do menor, deve naturalmente evitar que a identificação possa ser feita através de elementos indiretos (como morada/local de residência, escola ou outras atividades que frequenta).
Identificação de vítima de bullying	<ul style="list-style-type: none"> Ocorrido em contexto escolar, deve ser salvaguardado que a referência concreta à escola, a par de características distintivas da vítima, não permite a identificação do menor (ex: nacionalidade, características físicas do menor).
Identificação de alegados agressores	<ul style="list-style-type: none"> A divulgação de investigações criminais em curso pode ter um impacto enorme nos visados e potenciar julgamentos em praça pública. Assim, devem os operadores evitar a identificação dos menores “agentes” de crimes, devendo sempre prevalecer o seu direito ao anonimato.
Menores enquanto recetores	
Relatos e imagens	<ul style="list-style-type: none"> Dada a classificação etária dos <i>talk shows</i> e o horário de emissão, devem os operadores ponderar a adequação de divulgar imagens violentas, tendo em vista a proteção da formação da personalidade de crianças e adolescentes (cfr. n.º 4 do artigo 27.º da LTSAP). Devem ainda evitar relatos pormenorizados de atos violentos, com o recurso a elementos que reforçam a emoção, o choque e o carácter voyeurista das histórias contadas, pois podem ser perturbadores e emocionalmente desestabilizadores para as crianças e jovens que assistem ao programa.
Edição	<ul style="list-style-type: none"> Devem ser evitadas as imagens figurativas - reconstituições - que adensam a violência, designadamente em ecrã aumentado, em estúdio. Devem ser evitadas imagens repetitivas (<i>em loop</i>) das agressões, designadamente em ecrã aumentado, em estúdio. Deve ser assegurado que os sinais sonoros que visam ocultar formas de linguagem rude sejam corretamente aplicados.
Contexto	<ul style="list-style-type: none"> Devem investir nas mensagens de natureza pedagógica e preventivas. A título de boa prática, identifica-se a preocupação, em casos de criminalidade, de prevenir os perigos da exposição dos jovens nas redes sociais, a par da denúncia do incidente, como a utilização das redes sociais pelos jovens; Devem recorrer a mensagens positivas e divulgar meios de apoio nos casos que envolvam saúde mental, incluindo consumos, e evitar julgamentos estigmatizantes.

Pelo exposto, é importante realçar que a presente análise assume um papel exploratório de modo a informar e promover a reflexão sobre as situações identificadas e que afetam os menores, quer enquanto objeto de divulgação, quer enquanto recetores dos conteúdos emitidos.

Não se adotou uma linha decisória, a qual, de acordo com os Estatutos da ERC (cfr., nomeadamente, artigo 55.º e seguintes e artigo 64-º), se enquadra, habitualmente, em procedimentos de queixa e procedimentos officiosos (muitas vezes suscitados por participações de cidadãos), que pressupõem a pronúncia por parte dos órgãos de comunicação social envolvidos.

Não obstante, tendo em conta que os conteúdos divulgados nos *talk shows* matinais sucedem dentro de um horário protegido, e tomando como referência os casos já analisados pela ERC que envolvem menores, considera-se relevante o presente enquadramento prospetivo, incluindo para o enriquecimento de uma perspetiva de autorregulação.

ANÁLISE DE PROGRAMAÇÃO:

REPRESENTAÇÃO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA NOS TALK SHOWS TELEVISIVOS MATINAIS DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS: RTP1, SIC, TVI E CMTV EM 2022 (ESTUDO DE CASO)

1. VISÃO GLOBAL

A intervenção da ERC no combate à discriminação e aos estereótipos com base no género é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»¹ e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»².

Este capítulo debruça-se sobre o tratamento mediático dos casos de crime de violência doméstica, em particular de violência doméstica na intimidade, numa amostra de *talk shows* matinais dos serviços de programas RTP1, SIC, TVI e CMTV.

A cobertura dos crimes de violência doméstica, em particular da violência na intimidade destaca-se nas rubricas “Atualidade”, na TVI, e “Análise Criminal”, na SIC, tendo também presença nas “Notícias dos Famosos”, da CMTV. Este assunto está ausente na amostra de *talk shows* matinais da RTP1.

Salienta-se que a cobertura jornalística destes casos tem enfoque na ordem interna, destacando pormenores da violência entre os envolvidos.

Os comentadores em estúdio contribuem, na generalidade, para o debate e para a problematização da violência doméstica como um problema de ordem social, salientando-o como crime público.

¹ Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

² Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

2. INTRODUÇÃO

Este capítulo acompanha o tratamento mediático da violência doméstica, com destaque para a violência nas relações de intimidade, numa amostra de *talk shows* matinais dos serviços de programas RTP1, SIC, TVI e CMTV (vide anexo I). O tratamento do tema é analisado a partir da sua contextualização, da representação mediática do crime, dos envolvidos e, quando em momentos com características informativas, do rigor na construção da notícia.

3. ENQUADRAMENTO JURÍDICO

A observação do tratamento da violência doméstica que se cinge, para efeitos do presente capítulo, à violência nas relações de intimidade, tem por base os fins da atividade de televisão, contemplados na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante LTSAP)³, nomeadamente a contribuição dos serviços de programas televisivos «para a informação, formação e entretenimento do público» (art. 9.º, alínea a) da LTSAP), assim como a promoção do «exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações» (art. 9.º, alínea b), *ibidem*). Também se considera o objetivo de «contribuir para assegurar os princípios da tolerância, da solidariedade, da não discriminação e da coesão social» (art. 9.º, alínea e), *ibidem*).

Os operadores de televisão têm entre as suas obrigações «garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de autorregulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes» (art. 34.º, n.º 1, *ibidem*). Do mesmo modo, os operadores devem «assegurar, na sua programação e informação, o respeito por uma cultura de tolerância, não discriminação e inclusão, designadamente impedindo, através da adoção de medidas eficazes, a disseminação do discurso do ódio nas suas emissões» (art. 34.º, n.º 2, alínea d), *ibidem*).

A Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido estabelece limites à liberdade de programação como o dever de «respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos específicos das crianças e jovens, assim como os direitos, liberdades e garantias fundamentais» (art. 27.º, n.º 1, *ibidem*). Também a programação dos operadores televisivos não podem «incitar à violência ou ao ódio contra grupos de pessoas ou membros desses grupos em razão do sexo, raça, cor ou origem étnica ou social, características genéticas língua, religião ou convicções, opiniões políticas ou outras, pertença a uma minoria nacional, riqueza, deficiência, idade, orientação sexual ou nacionalidade» (art. 27.º, n.º 2, alínea a), *ibidem*).

³ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho atualizada na Lei n.º 74/2020, de 19/11.

4. TRATAMENTO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

Na amostra analisada dos *talk shows* matinais da RTP1, SIC, TVI e CMTV, verificou-se que a referência a casos de violência doméstica na intimidade é recorrente, em particular, nas rubricas “Análise Criminal” (“Casa Feliz”, da SIC), “Atualidade” (“Dois às 10”, da TVI) e “Notícias dos famosos” (“Manhã CM”, da CMTV), motivo pelo qual se entendeu dar um especial destaque a esta matéria que tem integrado as preocupações da ERC.

A violência doméstica é um problema público e de saúde pública, cuja mediatização tem sido acompanhada pela ERC, uma vez que os OCS se podem constituir como importantes agentes na prevenção e no combate a este flagelo, para o que é fundamental a construção de narrativas sem ambivalências e com um tratamento mediático que contribua para o esclarecimento e erradicação das desigualdades nas relações de género. O estudo sobre as “Representações mediáticas da violência doméstica nos Telejornais de horário nobre” do qual decorre Diretiva da ERC 2019/1 “Sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica” são o reflexo deste linha de trabalho alicerçada no Plano de Ação da ERC para a Promoção da Igualdade entre Mulheres e Homens e luta contra os Estereótipos de Género⁴.

É, pois, à luz das conclusões e “Boas práticas” que resultaram desse estudo sobre a representação mediática da violência doméstica na intimidade, bem como da Diretiva da ERC 2019/1, que se observa o seu tratamento nos programas supracitados e, em particular, nas rubricas referidas e respetivos comentários que se seguiram em estúdio.

A presente análise pode ser resumida em grandes áreas de interesse do tratamento do tema, como a contextualização, a representação mediática do crime e dos envolvidos e, nos casos em que se trata de tratamento informativo, o rigor na construção da notícia.

ENQUADRAMENTO SOBRE A REALIDADE DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

A composição da informação noticiosa associada aos crimes de violência doméstica orienta-se por critérios de noticiabilidade, como a atualidade do acontecimento, o desvio normativo e a sua relevância num espaço e tempo determinados. No entanto, as narrativas resultantes poderão ter diferentes ângulos de construção, apoiados na seleção de determinadas fontes de informação e argumentos sobre o caso, sendo desenvolvidos ou não aspetos de contextualização do crime.

A abordagem (informativa ou não) associada ao crime de violência doméstica pode ser mais ou menos desenvolvida. Pode reportar, por um lado, ao ato de violência como algo isolado no tempo e no espaço, com pouca informação ou enquadramento sobre o contexto em que ocorre. Nesse caso, entende-se que o simples relato do acontecimento tende a frisar as responsabilidades individuais em vez das sociais, isto é, o enfoque da peça recai sobre o incidente.

Por outro, pode considerar as ocorrências, ao nível da comunidade e da sociedade, promovendo o seu enquadramento social e cultural. Este enquadramento ou contextualização poderá ser feito através da apresentação de elementos estatísticos (nacionais e internacionais) e/ou explicações psicossociológicas sobre a violência doméstica que dão a conhecer ou problematizam os fatores subjacentes que contribuem para a violência nas relações, para a

⁴ Sobre o plano de ação da ERC para a promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género consultar o Relatório de Regulação 2016, pp. 23-24 http://www.erc.pt/documentos/Relatorios/HTML_V2_1/files/assets/basic-html/page-24.html.

predominância da violência de homens sobre mulheres ou outras informações sobre o contexto social mais lato do crime reportado.

Os programas analisados, sobretudo as peças apresentadas como informativas, desviam-se desta recomendação. Explora-se a tragédia do casal, circunscrevendo a violência ao plano individual e à ordem interna, prática transversal aos espaços informativos que integram a amostra. Sublinha-se que os operadores, em particular a SIC e a TVI, fazem um investimento na deslocação de recursos ao local do crime, mas não no seu enquadramento social e cultural.

Observa-se, como boa prática, que o enquadramento e a problematização da violência doméstica nas relações de intimidade são efetuados, em particular na TVI, pelos comentadores em estúdio.

Salienta-se a recomendação de que é desejável evitar, sempre que possível, o destaque da notícia com base nos princípios assentes em critérios que valorizam sobretudo o insólito, o que rompe com a “normalidade” do quotidiano, a morbidez do crime, uma vez que o tratamento jornalístico da violência deve enquadrá-la como um problema estrutural da sociedade e não como um caso extraordinário.

VISIBILIZAR OUTRAS FORMAS DE VIOLÊNCIA PARA ALÉM DO HOMICÍDIO

Outro aspeto avaliado é o tipo de violência doméstica que é mediatizada. Entre as peças que relatam casos concretos de violência entre parceiros ou ex-parceiros, a maior parte refere-se a homicídios e maus-tratos físicos, sendo que outras formas de violência estão sub-representadas nestes espaços.

Chama-se a atenção para a reflexão contida no já mencionado estudo da ERC “Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre” que compreendendo o valor notícia do homicídio dada a sua gravidade, «(...) questiona-se se o facto de este ser o crime de violência doméstica noticiado quase em exclusividade não contribuirá para deformar a realidade, fazendo parecer que toda a violência doméstica se traduz em homicídio, negligenciando em simultâneo outras formas de violência na intimidade a que devemos estar igualmente atentos. Ao omitir ou diminuir a presença destes relatos, a perceção pública deste crime poderá ficar limitada» (2019, p.16).

AUSÊNCIA DE ELEMENTOS DE INFORMAÇÃO / SENSIBILIZAÇÃO SOBRE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

No enquadramento e/ou fecho das peças que integram os programas considerados, foram raros os casos em que se identificou a presença de indicadores de sensibilização e/ou informação – tais como histórias de superação de sobreviventes de violência doméstica, de estatísticas de violência/crimes ou a dimensão social/direitos humanos/dignidade humana, divulgação de serviços de apoio à vítima, o incentivo à denúncia/crime público e a partilha de histórias de superação pelas sobreviventes.

Esses elementos surgem no momento em que a peça dá lugar à análise dos comentadores em estúdio.

O caso de uma mulher vítima de violência doméstica durante 40 anos que integra a rubrica “Análise Criminal”, no programa “Casa Feliz”, da SIC, no dia 22 de julho de 2022, é ilustrativo desta ausência de elementos de sensibilização na peça jornalística e reenquadrado pelo painel de comentadores.

FIG. 1 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” DA “CASA FELIZ”, NA SIC



O repórter no local conversa com o vizinho da vítima perguntando-lhe o porquê de esta recorrer à sua ajuda durante a noite.

«Pivô apresentado como repórter: [A vítima] Sentia-se em perigo ou se calhar era porque o marido não a deixava entrar [em casa, depois de a ter posto na rua].

Vizinho da vítima: Porque sentia-se coagida, talvez, por medo das consequências durante a noite. Como já havia acontecido outras situações parecidas. Até os polícias já se sentiam fartos de estar a vir pela mesma situação.

Pivô apresentado como repórter: Chegou a assistir a isso?

Vizinho da vítima: Exato. Cheguei a presenciar da janela eles a dizerem isso a ela, porque ela tinha de tomar uma providência porque, pelo que se ouve, ela chegou a dizer aos polícias ou às autoridades que não queria se manifestar contra o companheiro.

Pivô apresentado como repórter: Isto apesar de as autoridades serem chamadas aqui e depois quando chegavam cá já estava tudo bem, não é verdade?

Vizinho da vítima: É. Chegava cá, ela, sendo posta na rua, às vezes com trajes de dormir e não seguia aquilo à frente por medo ou por apreço pela pessoa, por ser um companheiro de longa data, talvez, eu penso.

Pivô apresentado como repórter: E acabava por não avançar.

Vizinho da vítima: Por não avançar, exatamente.»

A peça é concluída sem que seja esclarecido que a violência é um crime público, não sendo necessária a queixa da vítima. Essa explicação ocorre apenas no espaço de comentário:

«Apresentadora: Portanto, ouvimos aqui o relato do vizinho desta senhora que chega a dizer que a polícia estava farta de ser chamada ao local.

Hernâni Carvalho (comentador): Nós estamos fartos de ensinar a polícia que a violência doméstica é um crime público. Estamos todos fartos.

Apresentadora: Pois, incentivar a senhora a apresentar queixa para quê se é crime público? Não é preciso.

Hernâni Carvalho: Não precisa de apresentar queixa. Qualquer autoridade, tendo tomado conhecimento de um indício criminal que seja do domínio público tem de agir. É assim garantidamente há quase dez anos.»

O comentário prossegue atribuindo a responsabilidade às autoridades, em particular ao comandante da GNR da Ericeira, que não obrigou ao cumprimento do protocolo.

COMPREENSÃO DO PROBLEMA SOCIAL

A informação que consta dos destaques gráficos sobre crimes de violência doméstica deverá ser iminente informativa, não dando relevo a pormenores que, conjugados com elementos de violência, pouco concorrem para o esclarecimento sobre o tema.

Por seu lado, em alguns destaques gráficos que recorrem a uma comunicação mais apelativa para captarem a atenção das audiências, destaca-se a presença de pormenores que não acrescentam valor informativo e a presença de vocábulos violentos, como «à facada», «à paulada», «à machadada», entre outras expressões que exacerbam a violência e são ruidosas, sem que contribuam de facto para complementar a informação e potencialmente colidindo com os direitos dos públicos vulneráveis (*vide* desenvolvimento nos capítulos de infoentretenimento e menores nos *talk shows* matinais).

São exemplos os destaques das imagens que constam das Figuras 2 e 3.

FIG. 2 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ATUALIDADE” DO “DOIS ÀS 10”, NA TVI



FIG. 3 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 6 DE ABRIL DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” DA “CASA FELIZ”, NA SIC



Sublinha-se que no espaço de comentário da SIC e TVI são os próprios comentadores que criticam a falta de cuidado da imprensa no tratamento da informação associada à violência doméstica, nomeadamente pela informação contida no título “Falta de sexo pode levar a agressões a mulher” – jornal Correio da Manhã, que o jornalista daquele órgão escolheu destacar sem qualquer contexto -, dizendo que pode induzir os leitores em erro.

ATRIBUIÇÃO DE RELAÇÕES DE CAUSALIDADE ENTRE O CRIME DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E AS CARACTERÍSTICAS DOS ENVOLVIDOS

Na medida em que a violência doméstica é um fenómeno social complexo que atravessa vários grupos sociais e culturais, a referência a determinados elementos de caracterização dos envolvidos (alcoolismo, toxicodependência, situação económica, entre outros) pode contribuir para o reforço de estereótipos que não têm correspondência com a realidade.

Parte-se do pressuposto de que a escolha e utilização de determinados adjetivos, substantivos e verbos, associadas à vítima e ao agressor, poderão influenciar as atitudes e convicções sociais em torno das atribuições de culpa e responsabilidade, designadamente perpetuando estereótipos sobre a vítima e sobre o agressor («depressivo», «ciumento», «desempregado»). Em última análise, o entendimento do ato da violência, discutido com base em atributos e comportamentos individuais, afasta as audiências da discussão informada sobre as raízes do problema social da violência⁵.

É este o caso da notícia já citada, apresentada na rubrica “Análise Criminal” do programa “Casa Feliz” de 22 de julho de 2022 na SIC, onde se fala de uma mulher que «Durante 40 anos foi vítima de violência doméstica» pelo seu marido, remetendo para a situação económica do casal, em particular do agressor.

«Pivô apresentado como repórter: (...) Porque estamos a falar de um homem que trabalhou no ramo da construção civil durante muito tempo e que ganhava o seu dinheiro e que tinha uma vida completamente desafogada. Teve um problema cardíaco há uns

⁵ Palazzolo e Roberto, 2011; Maite Rodigou, María Nazar, Sofia Monserrat, Laura Hunt, 2007.

anos que o atirou para a reforma, rendimentos baixos que rondavam os 200€ por mês, uma reforma por invalidez. A vítima já estava também ela reformada com um rendimento superior. Portanto, era ela, no fundo, que contribuía de uma forma mais efetiva para o sustento da casa neste momento e, o que é certo é que, apesar disso, apesar de ser ela a contribuir de uma forma mais efetiva para o sustento da casa, ela continuava a sofrer calada.»

Os problemas que levanta esta abordagem jornalística são sublinhados no espaço de comentário, pela socióloga Maria José Núncio, na reação à peça jornalística, desconstruindo os mitos associados à alegada passividade da vítima, esclarecendo que estas são submetidas, humilhadas, intimidadas e controladas (com graves consequências psicológicas que se prolongam no tempo), dificultando a interrupção do ciclo de violência a que estão sujeitas:

«O facto de a vítima não querer falar, não querer denunciar (e as razões podem ser múltiplas), mas eu às vezes penso assim... nós não podemos... se não, estamos a colocar o ónus na vítima. Nós não temos de nos interrogar porque é que esta pessoa aguentou 40 anos, nós temos de perguntar é como é que o agressor agrediu 40 anos, se não, estamos a ver o mundo ao contrário. É quase culpabilizar a pessoa. 'Então viveu nisto 40 anos?' Nós não somos a pessoa, não estamos no lugar e, muito menos, devemos julgar uma vítima.»

Refere, também, perante as referências à situação económica do casal pelo repórter (assim identificado pelo operador) os estereótipos associados às relações de género na conjugalidade:

«Uma das razões que se costumam apontar quando se fazem análises mais simplistas é a questão económica. Muitas vezes as mulheres não saem por dependência económica. Ora, por exemplo aqui, estamos a ver um caso que é ao contrário e em que, provavelmente, para além disso, o efeito de a mulher ganhar mais será ainda um efeito de perceção de inferioridade do homem o que levará a aumentar ainda mais a sua agressividade... nas gerações mais antigas ainda há muito a ideia de que o homem é que deve ser o provedor da família.»

FIG. 4 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” DO “CASA FELIZ”, NA SIC



NÃO ATRIBUIR CAUSAS QUE POSSAM JUSTIFICAR A AGRESSÃO E SIMPLIFICAR O FENÓMENO SOCIAL

Nas peças informativas que integram a amostra, constata-se que são reunidos elementos nos quais estão presentes descritores relativos ao agressor ou aspetos que caracterizam a sua conduta e/ou personalidade.

A opção pela descrição do comportamento do agente do crime com base em características pessoais que remetem para um perfil agressivo, sem qualquer tipo de contextualização, potenciam a perpetuação de um estereótipo de violência nas relações de intimidade que olvida o desequilíbrio de poder nestas situações. É sabido que o agressor reúne uma série de comportamentos abusivos. Porém, o destaque descontextualizado destas atitudes desvia a atenção dos telespectadores do problema principal que é a perpetuação de uma cultura de submissão.

A relação entre o alcoolismo e o crime apresentado sem a devida contextualização, assim como outros aspetos da personalidade ou comportamento, pode concorrer para criar uma imagem estereotipada das vítimas ou dos agressores, como sucede na peça jornalística apresentada na rubrica “Atualidade” do programa “Casa Feliz” da SIC no dia 15 de fevereiro de 2022:

Pivô apresentado como repórter: «A determinada altura, os ciúmes e o consumo de álcool do agressor acabaram por levar a uma série de episódios de violência. Este homem chegou a apertar o pescoço à mulher, a agredi-la, a apontar-lhe uma faca, a ameaçar que a matava, a dizer que se ela não fosse dele não havia de ser de mais ninguém. Estamos a falar de um homem que tem uma empresa de construção. Conversámos com ele durante a manhã, perguntámos se ele queria prestar esclarecimentos ou dizer alguma coisa em sua defesa, até porque na zona onde vivia este casal, na Póvoa da Galega, quase toda a gente fala muito bem deste homem. Socialmente é uma pessoa inserida, é muito trabalhador, e, efetivamente conseguiu, sob o ponto de vista profissional, construir algo de alguma monta.»

É desejável evitar os discursos de justificação e desculpabilização dos atos do agressor através da apresentação de traços de personalidade, comportamentos e da sua situação económica e social e acautelar o levantamento simplista das causas que explicam o crime, alicerçadas em estereótipos de má conduta social e/ou conjugal do agressor e da vítima, como o alcoolismo, desemprego, a depressão, a (suposta) infidelidade e/ou as discussões.

É assim fundamental evitar relações de causalidade entre o crime de violência doméstica e as características dos envolvidos, assim como evitar a criminalização das vítimas, optando, sempre que possível, por não fazer referências à sua vida social ou conjugal, bem como estabelecer relações causa/efeito entre a violência a que estão sujeitas e a sua situação sociocultural ou outras circunstâncias, de que é exemplo esta afirmação do jornalista: «Tem uma empresa na qual a mulher também trabalhava, mas o facto de a mulher também trabalhar para ele torna-la ainda mais dependente.» (SIC, “Casa Feliz” rubrica “Atualidade”, 15 de fevereiro de 2022).

Já no espaço de comentário que se seguiu à peça jornalística que aqui serviu de exemplo, constata-se que a abordagem se afasta do caso em particular e foi no sentido de problematizar a questão.

DIVERSIFICAÇÃO DAS FONTES CONTRIBUINDO PARA A FORMAÇÃO DE UMA OPINIÃO PÚBLICA INFORMADA

As fontes de informação constituem a base da construção das narrativas mediáticas e são parte integral do modo como as audiências percecionam a informação. A notícia, apoiada nas observações do repórter, adquire maior fiabilidade e credibilidade junto das audiências a partir do relato das fontes. Estas são, assim, fundamentais no processo de construção do conhecimento e da opinião pública sobre o assunto tratado pelos órgãos de comunicação social.

As fontes presentes na cobertura jornalística do crime da violência doméstica apresentada nas peças noticiosas presentes nos programas da manhã da SIC e da TVI nas rubricas “Análise Criminal” e “Atualidade” os cidadãos comuns⁶,

⁶ Habitantes ou curiosos, cuja relação com o crime ou com as vítimas e/ou agressores não é clarificada para a audiência.

os vizinhos, as testemunhas (*vox pop*) e a autoridade. Não se regista recurso a especialistas como fontes. Os especialistas encontram-se em estúdio enquanto comentadores dos casos apresentados.

Do ponto de vista da prática e das normas éticas do jornalismo, é desejável que a recolha de informação seja diversificada permitindo apresentar os vários ângulos dos factos noticiados, por forma a representar os envolvidos, mas também informar e aproximar os públicos dos acontecimentos.

A cobertura do crime de violência doméstica, assente em testemunhos da *vox pop*, espelhando as reações, sentimentos e necessidades da comunidade mais ou menos implicada no caso criminal noticiado, potencia a particularização do caso.

FIG. 5 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” DO “CASA FELIZ”, NA SIC



É, pois, fundamental o papel daqueles que são apresentados como repórter/jornalista na seleção e equilíbrio das fontes, na contextualização e desconstrução dos testemunhos recolhidos, para que a informação vá além da notícia de «mais um caso de violência doméstica». O recurso à consulta de especialistas e de representantes de organizações, que trabalhem sobre e com a problemática, pode contribuir para esta desconstrução.

FIG. 6 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ATUALIDADE” DO “DOIS ÀS 10”, NA TVI



Do mesmo modo, é errado relacionar a atitude violenta do agressor com o seu passado ou características pessoais, porque, fundamentalmente, «a violência doméstica é resultado de um comportamento deliberado, através do qual um agente procura controlar outro, negando-lhe a liberdade a que tem direito» .

SENSACIONALISMO DAS NOTÍCIAS SOBRE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

O sensacionalismo nas notícias é frequentemente definido pela sua capacidade de chamar a atenção para os aspetos mais dramáticos da informação, e pode manifestar-se de várias formas, incluindo as histórias ou crimes selecionados, a informação incluída e enfatizada, a linguagem usada pelo pivô, pelo repórter ou nos destaques gráficos.

É exemplo desse tratamento informativo, uma peça jornalística sobre um caso de violência doméstica apresentada no programa da manhã da SIC “Casa Feliz”, rubrica “Análise Criminal”, no dia 15 de fevereiro de 2022. A agressão acontece num estabelecimento comercial e foi filmada pela câmara de vigilância:

Pivô apresentado como repórter: «Uma relação que durava desde 2010 e que foi pauta da por episódios de violência psicológica e violência física».

Legenda: “Espanca ex-mulher numa loja”.

Pivô apresentado como repórter: “Já em janeiro, este homem, conseguiu encontrar a companheira de quem se tinha separado e de quem tem um filho. Conseguiu encontrá-la num estabelecimento, numa loja, numa operadora de telecomunicações que fica neste centro comercial que o Miguel Silva está a mostrar e aí dentro dessa loja, acabou por abordá-la de uma forma violenta, por proferir uma série de ameaças, desferiu-lhe um murro na cabeça, empurrou-lhe a cabeça contra a parede, as imagens falam por si e mostram bem, são testemunho da violência que aqui acontece».

FIG. 7 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 15 DE FEVEREIRO DA RUBRICA “ANÁLISE CRIMINAL” DO “CASA FELIZ”, NA SIC



Constata-se que, para além das imagens violentas e perturbadoras da agressão repetidas continuamente, sem nenhum acréscimo de valor informativo, o repórter (apresentado enquanto tal) opta, sem referência a fontes, por apresentar motivos para a agressão: ciúmes, sentimento de posse e consumo de álcool do agressor, afirmando em seguida que «na zona onde vivia este casal, na Póvoa da Galega, quase toda a gente fala muito bem deste homem.

Socialmente é uma pessoa inserida, é muito trabalhador, e, efetivamente conseguiu, sob o ponto de vista profissional, construir algo de alguma monta.»

Ora, se, em termos da função social e de denúncia dos media e dos valores notícia que lhe estão associados, a cobertura do crime e do desvio é justamente privilegiada, já a prevalência da notícia assente na relevância da tragédia pessoal ou na violência em imagens reproduzidas em *loop* poderá conflitar com a objetividade da cobertura do tema. De facto, questiona-se se, ao expor repetidamente a dimensão da violência através dessas imagens, se estará de facto a contribuir para a construção de opinião crítica e informada.

Já na peça apresentada no programa “Dois às 10” em 22 de julho de 2022 pela TVI na rubrica “Atualidade”, «Mata marido com 85 facadas – usa duas facas e ancinho para matar o marido»; «Mata marido e vai para a cama ver televisão», o repórter (apresentado enquanto tal) afirma: «Recorde-se que a mulher utilizou duas facas e um ancinho para cometer o crime. Golpeou-o na garganta, abdómen, tórax (novas imagens de reconstituição), pernas, braços e cabeça. Após matar o marido, deitou-se ao lado a ver TV. Na manhã seguinte, enviou mensagem à irmã a confessar o crime.»

FIG. 8 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ATUALIDADE” DO “DOIS ÀS 10”, NA TVI



No espaço de comentário que se segue, um dos comentadores afirma:

Comentador: «Quando estava a ouvir o que a Maria estava a dizer relativamente aos 85 golpes, estava a lembrar-me de um caso que eu tive: uma senhora, também vítima de violência e de humilhações constantes ao longo de uma vida toda, um dia passou-se da cabeça, pegou numa barra de ferro e espetou com ela na cabeça do marido. Eu quando cheguei lá, nem sequer sabia o que é que tinha sido utilizado porque a cabeça estava desfeita. E eu perguntava-lhe: Então, quantas pancadas é que você lhe deu? Ó filho – disse-me assim mesmo -, ó filho, foi até me cansar.»

A exploração de vários aspetos do crime e dos envolvidos, como a brutalidade do facto, a arma do crime, os ferimentos causados na vítima, a forma como esta é encontrada na cena do crime, entre outros que têm como principal intenção espectacularizar.

Os elementos sensacionalistas encontram-se mais presentes no discurso que enfatiza a violência do crime tanto no uso de determinadas expressões como em descrições de pormenores sem acréscimo de valor informativo. A este

propósito alerta-se para a parte III do presente relatório, relativa aos menores nos *talk shows* televisivos matinais, na qual se debate o impacto da linguagem violenta sobre a livre formação da personalidade dos menores.

FIG. 9 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ATUALIDADE” DO “DOIS ÀS 10”, NA TVI



Outro elemento sensacionalista é a reconstituição de cenas de violência e a sua repetição que, embora muitas vezes de tipo explicativo ou ilustrativo, em alguns casos apenas explora aspetos mais dramáticos.

FIG. 10 – CAPTURA DE ECRÃ DA EDIÇÃO DE 22 DE JULHO DA RUBRICA “ATUALIDADE” DO “DOIS ÀS 10”, NA TVI



DIREITO À RESERVA DA INTIMIDADE E DA VIDA PRIVADA E À PRESUNÇÃO DA INOCÊNCIA DOS AGRESSORES

Um elemento característico da violência doméstica consiste na prática de atos no seio da vida familiar e privada (ainda que também se possa manifestar na praça pública), pelo que existe uma elevada probabilidade de ocorrência de tensões entre o direito de informar e o direito à reserva da intimidade da vida privada da vítima, dos familiares e do alegado autor do crime.

Efetivamente, a realização da função de informar pode justificar a compressão do direito à reserva da intimidade da vida privada, sobretudo quando se trata de um crime público como a violência doméstica que tem a sua génese no ambiente familiar, e a qualidade de “figura pública” dos visados conforma as fronteiras mais ou menos amplas do que deve ser considerada a vida privada.

A proteção da privacidade da vítima deve refletir-se num cuidado acrescido com o modo como são construídas as notícias e resguardado o direito à reserva da intimidade da vida privada.

No capítulo relativo ao “Infoentretenimento nos *talk shows* matinais em 2022” são identificados oito casos que põem em causa o direito à reserva da intimidade e da vida privada, nomeadamente três no programa da manhã “Casa Feliz”, da SIC e cinco no “Dois às 10”, da TVI. Um destes casos, remete para o caso de violência doméstica na intimidade, exibido na edição de 22 de julho de 2022, do programa da SIC. Nessa peça, a vítima não é identificada pelo nome, mas é entrevistado um vizinho da vítima e são mostradas imagens da habitação dos envolvidos no crime.

Nas edições analisadas não se identificaram casos de desrespeito da presunção de inocência dos agressores.

ANEXO I – METODOLOGIA

O presente estudo detém-se sobre os *talk shows* matinais, pertencentes ao macro género entretenimento, que compõem as grelhas de programação dos serviços de programas televisivos generalistas de âmbito nacional de acesso não condicionado livre: a RTP1, SIC, TVI e CMTV²⁶.

Para tal, foi definido um modelo amostral para o ano de 2022 com o objetivo de refletir a diversidade da agenda mediática ao longo do ano.

Consideraram-se apenas os *talk shows* transmitidos em dias úteis da semana, na medida em que nem todos os serviços de programas transmitem estes formatos de programação aos fins-de-semana.

Determinou-se que a amostra anual seria constituída por cinco (5) dias, os quais deveriam refletir a previsível diversidade dos alinhamentos ao longo de uma semana.

Recorrendo a um método amostral aleatório, através de sorteio, selecionaram-se cinco meses do total de 12 meses do ano 2022.

Nesse seguimento, sorteou-se uma semana, de um total de cinco, para cada um dos meses previamente selecionados.

Por fim, os meses selecionados foram ordenados sequencialmente e foi definido um dia útil, também de forma sequencial, para cada uma das semanas anteriormente sorteadas.

A amostra obtida foi a seguinte:

FIG. 11 – AMOSTRA DE TALK SHOWS PARA O ANO 2022

Meses sorteados	Semanas sorteadas	Dias da semana sequenciais	Dias apurados para análise
Janeiro	Semana 3	Segunda-feira	10/01/2022
Fevereiro	Semana 3	Terça-feira	15/02/2022
Abril	Semana 2	Quarta-feira	06/04/2022
Junho	Semana 1	Quinta-feira	02/06/2022
Julho	Semana 4	Sexta-feira	22/07/2022

Foi ainda definido que, no caso de determinado talk show não ser transmitido numa das datas da amostra, deveria ser selecionado o mesmo dia da semana anterior ou posterior.

Em concreto, a CMTV não exibiu o seu *talk show* matinal no dia 10 de janeiro de 2022, pelo que foi selecionado, em alternativa, o dia 17 de janeiro de 2022.

Os *talk shows* matinais que integram a análise são os seguintes: “Praça da Alegria” (RTP1), “Casa Feliz” (SIC), “Dois às 10” (TVI) e “Manhã CM” (CMTV).

No total, foram analisadas 20 edições de *talk shows*, através de análise de conteúdo e com recurso ao tratamento dos dados em SPSS²⁷.

A unidade de análise corresponde a cada edição de *talk show* que é decomposta e analisada a partir de um conjunto de variáveis previamente definidas.

²⁶ A análise das grelhas de programação revelou que o serviço de programas Porto Canal apenas tinha, no período de análise, um programa classificado como talk show (“Viver Aqui”) que, no entanto, não reúne as características típicas deste formato de programação, pelo que não foi incluído no presente estudo.

²⁷ Statistical Package for Social Sciences.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

Durante o ano de 2022 a ERC analisou de forma regular o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 188 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP2 (81) e o menor na TVI (24).

Se em 2020 e em 2021 o serviço RTP1 do operador público foi o que registou o maior número total de alterações da programação verificadas, em 2022 é o serviço RTP2 que regista o maior número de alterações, mantendo-se a tendência dos dois serviços do operador público, RTP1 e RTP2, continuarem a ter um elevado número de desvios, neste caso com uma subida acentuada do número verificada na RTP2, face ao ano anterior. No entanto, não é demais referir que estas situações ficam a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, especialmente no que se refere à natureza da programação transmitida em direto, como, por exemplo, competições desportivas, galas, etc.

À exceção do serviço RTP1, todos os restantes serviços tiveram um pior desempenho em 2022 se comparado com o ano imediatamente anterior. Assim, no cômputo geral de todos os serviços/ano, as situações desconformes subiram de 110 para 188, sendo que a subida em questão muito se ficou a dever à pior *performance* da RTP2, que registou, em 2022, mais 64 casos do que em 2021 e teve o seu pior resultado no quinquénio. A TVI foi o serviço que registou o valor mais baixo de desvios (24), apesar de ter tido mais casos do que em 2021 (18), a RTP1 (35) melhorou em face do ano anterior (39) e a SIC (48), apesar de ter registado mais desvios do que em 2021 (36), manteve-se ainda com um valor abaixo do que registou em 2020 (59).

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos quatro serviços regularmente analisados, verificou-se que os meses com maior incidência de ocorrências foram julho, setembro e novembro, respetivamente com 28, 32 e 33 casos. Por sua vez, o mês de outubro registou apenas uma ocorrência.

Como na maioria dos anos transatos, também em 2022 não se pode concluir por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma

vez que, apesar de julho e novembro coincidirem com os picos das ocorrências, respetivamente, nos serviços RTP2 e TVI e RTP1 e SIC, janeiro contabilizou ocorrências acima das duas dezenas e setembro acima das três dezenas.

Numa apreciação mais qualitativa, também concluímos que os eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitida foram todos eles distintos entre si e prenderam-se com situações díspares como a cobertura da atualidade política (ex. Legislativas 2022), homenagens póstumas por altura da morte de figuras públicas, transmissões em direto, desportivas, religiosas e outras e mesmo um ataque informático externo sofrido pelo Grupo Impresa.

É de assinalar que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, resultando assim da própria natureza dos acontecimentos transmitidos ou da necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas e casos de força maior, bem como do cumprimento de obrigações relacionadas com a concessão de serviço público de televisão, o qual faz impender sobre o operador público deveres específicos de cobertura informativa cujas situações, em concreto, se encontram quase sempre abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Só em casos especiais, analisados casuisticamente, as situações que não se enquadram exatamente na norma de exceção podem ser relevadas pelo Conselho Regulador da ERC, designadamente pela sua inexpressividade na análise global.

No decurso de 2022 o Conselho Regulador da ERC não determinou a instauração de processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação”.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último quinquénio (2018/-2022), não se pode concluir por uma evolução homogénea, pois se em 2018 o número de situações irregulares baixou drasticamente para 61 (o valor mais baixo registado no quinquénio), voltou a subir em 2019 (137) e 2020 (239), baixando novamente em 2021, para um total de 110 situações, e voltando a aumentar em 2022, para um total de 188 situações, com uma diferença de mais 78 casos de alteração da programação registados neste último ano em face do ano imediatamente anterior.

Os máximos totais de situações irregulares registadas em 2020 mostraram consistência com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações. Já nos anos de 2018, 2019, 2021 e 2022 não foi possível apurar um padrão qualitativo uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas.

Para além dos quatro serviços generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, durante o ano de 2022 foram ainda analisados, por amostragem aleatória, o serviço de âmbito internacional SPORT TV África, e os serviços de âmbito nacional SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, 11 e BTV1, todos temáticos de desporto, o serviço TVI Ficção, temático de ficção nacional, os serviços SIC Caras, Q e Casa e Cozinha, temáticos de entretenimento, o serviço S+, temático de saúde, e o Porto Canal, de tipologia generalista. À exceção dos serviços SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5 e BTV1, que são de acesso condicionado, por serem disponibilizados ao público mediante uma contrapartida específica, todos os serviços restantes são de acesso não condicionado com assinatura, onde a contrapartida respeita apenas ao acesso à infraestrutura de distribuição ou à sua distribuição.

Todas as análises ao anúncio da programação destes serviços foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.º 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, tendo a ERC arquivado todos os procedimentos, no que respeita ao “anúncio da programação”.

Note-se que, de entre as situações analisadas, algumas puderam enquadrar-se na norma de exceção do n.º 3 do art.º 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – situações quase todas inerentes a programação desportiva em direto, no caso dos serviços de temática desportiva – e as que não se puderam enquadrar foram relevadas, atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespetadores e por motivos de economia processual.

Em 2022, não foi aberto qualquer processo contraordenacional quanto à matéria do “anúncio da programação” nos serviços analisados: SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, 11, BTV1, TVI Ficção, SIC Caras, Q, Casa e Cozinha, S+ e Porto Canal.

2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

A Lei da Televisão, n.º 27/2007, de 30 de julho introduziu o artigo 29.º, sob a epígrafe «Anúncio da programação», o qual trouxe deveres para os operadores de televisão sob jurisdição portuguesa no que se refere à divulgação da programação a emitir pelos seus serviços de programas.

Posteriormente, a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, foi alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, Rectif. n.º 18/2020, 30 de abril, e Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, mas a obrigação constante do art.º 29.º tem permanecido inalterada ao longo dos anos.

Desta forma, nos termos do n.º 1 do referido artigo 29.º, da LTSAP, «os operadores devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação dos serviços de programas televisivos de que sejam responsáveis».

Sendo que essa informação obedece à regra do n.º 2 do mesmo dispositivo legal, desta forma, a «programação anunciada, assim como a sua duração prevista e horário de emissão, apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas».

No presente capítulo, avalia-se o desempenho dos operadores de televisão nesta matéria, durante o ano de 2022, onde se inclui uma análise evolutiva do último quinquénio, quanto aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, e, ainda, na medida em que os dados o permitam, pretende-se incluir uma análise evolutiva de alguns serviços, maioritariamente temáticos, que, ao longo do quinquénio, também foram sendo avaliados, apesar de mais espaçadamente, sem caráter regular.

Foram, assim, avaliados regularmente os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, RTP2, SIC e TVI em amostras semanais que recaíram sobre os meses de janeiro a dezembro de 2022

Foram ainda avaliadas amostras pontuais, de uma ou mais semanas ao longo do ano 2022, dos serviços de programas temáticos SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, 11, BTV1, TVI Ficção, SIC Caras, Q, Casa e Cozinha, S+ e serviço generalista Porto Canal.

Durante 2022, foi efetuado o confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP, com recurso à utilização da ferramenta de “Análise de Grelhas de Programação TV” e, em casos pontuais, com recurso à visualização da emissão.

A ferramenta de “Análise de Grelhas de Programação TV” permite aos operadores televisivos acederem autonomamente a esta plataforma para aí descarregarem diretamente as grelhas da programação dos serviços que disponibilizam, com a antecedência legalmente prevista, *i.e.*, respeitando uma antecedência da efetiva emissão nunca inferior a 48 horas, o que possibilita uma avaliação minuciosa pelos serviços técnicos da ERC do cumprimento da obrigação plasmada no n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP.

Sempre que foram detetadas incongruências entre a grelha inserida na aplicação pelo operador e a emissão efetiva, a ERC recorreu ao visionamento da emissão, bem como ao cruzamento entre informação sobre espaços de programas e publicidade, e o operador foi notificado para se pronunciar e/ou juntar as justificações que entendesse suficientes.

Neste acompanhamento, são verificadas pela ERC as situações de desvios da programação anunciada que se traduzem nas seguintes ocorrências:

- i) Programas emitidos antes do horário anunciado e/ou programas emitidos depois do horário anunciado; e
- ii) Programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados.

A presente análise não considerou os casos de desvios dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos.

Em 2022, esta análise incidiu, de forma regular, sobre os quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI. A emissão destes quatro serviços foi analisada, tendo em conta uma amostra coincidente de uma semana/mês, analisada cumulativamente no final do trimestre.

FIG.1- AMOSTRA AP 2022 – RTP1, RTP2, SIC E TVI

Amostra “Anúncio Programação”		
Trimestres	Meses	Semanas/dias
1.ºT	Janeiro	4 - 24 a 30 Jan.
	Fevereiro	7 - 14 a 20 Fev.
	Março	10 - 7 a 13 Mar.
2.ºT	Abril	16 - 18 a 24 Abr.
	Mai	21 - 23 a 29 Mai.
	Junho	23 - 6 a 12 Jun.
3.ºT	Julho	28 - 11 a 17 Jul.
	Agosto	34 - 22 a 28 Ago.
	Setembro	36 - 5 a 11 Set.
4.ºT	Outubro	40 - 3 a 9 Out.
	Novembro	46 - 14 a 20 Nov.
	Dezembro	50 - 12 a 18 Dez.

Nas análises individuais realizadas, foram inicialmente registadas todas as ocorrências verificadas – programas emitidos antes/depois do horário anunciado e programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados –, tendo-se, posteriormente, procedido a uma análise casuística, de modo a perceber se se encontravam presentes os critérios de exceção definidos no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, nos termos do qual «a obrigação prevista (...) pode ser afastada quando a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior», caso em que as mesmas foram consideradas justificadas ao abrigo do referido normativo.

Para além das verificações regulares relativas aos quatro serviços nacionais de acesso não condicionado livre, em 2022 foram ainda verificados por amostragem, em algumas semanas do ano, os seguintes serviços de programas:

- SPORT TV África, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito internacional;
- SPORT TV1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- SPORT TV3, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- SPORT TV 5, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- 11, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- BTV1, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- TVI Ficção, temático de ficção nacional, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SIC Caras, temático de entretenimento, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- Q, temático de entretenimento, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- Casa e Cozinha, temático de entretenimento/*lifestyle*, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- S+, temático de saúde, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- Porto Canal, generalista, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional.

3. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

3.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE - RTP1, RTP2, SIC, TVI

FIG.2 -ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2022

Ano 2022	Alterações da programação				Total
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Casos (n.º)	35	81	48	24	188

De acordo com a amostra selecionada, as análises efetuadas durante 2022 às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um cômputo total de 188 casos de alterações da programação anunciada, sendo que a maioria das situações registadas neste ano recaíram sobre o serviço de programas RTP2, num total de 81 ocorrências, seguido pelo serviço SIC (48), que este ano ficou acima das quatro dezenas, e pelo primeiro serviço do operador público (35). Em 2022, na senda da evolução que foi registada no ano anterior, a TVI (24) foi o serviço que registou o menor número de alterações na programação.

Na Figura 3 pode ver-se como as 188 irregularidades apuradas se distribuíram de janeiro a dezembro de 2022.

FIG. 3 – ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – JAN.- DEZ. 2022

2022 / Meses	Alterações da programação				Total
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Janeiro	3	15	6	0	24
Fevereiro	0	2	3	0	5
Março	4	4	7	0	15
Abril	0	0	6	2	8
Mai	1	4	3	3	11
Junho	0	15	2	0	17
Julho	1	17	1	9	28
Agosto	1	0	1	0	2
Setembro	11	12	1	8	32
Outubro	0	0	1	0	1
Novembro	12	8	13	0	33
Dezembro	2	4	4	2	12
Total	35	81	48	24	188

■ Resultado mais alto ■ Resultado mais baixo.

FIG. 4- ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – EVOLUÇÃO JAN. - DEZ. 2022

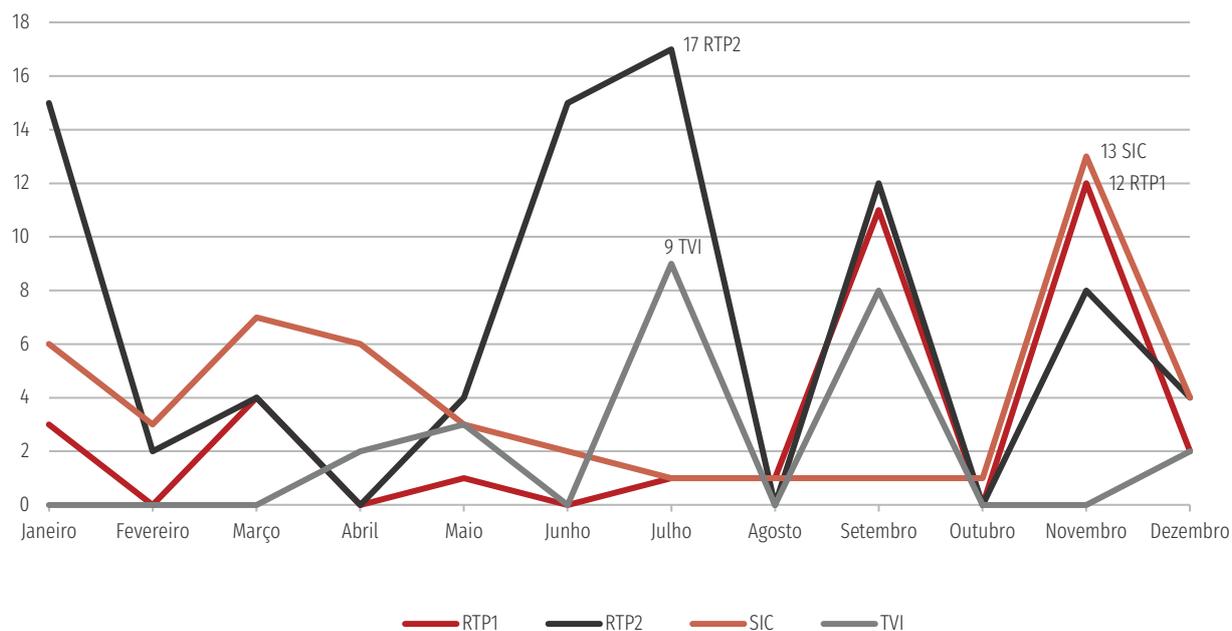
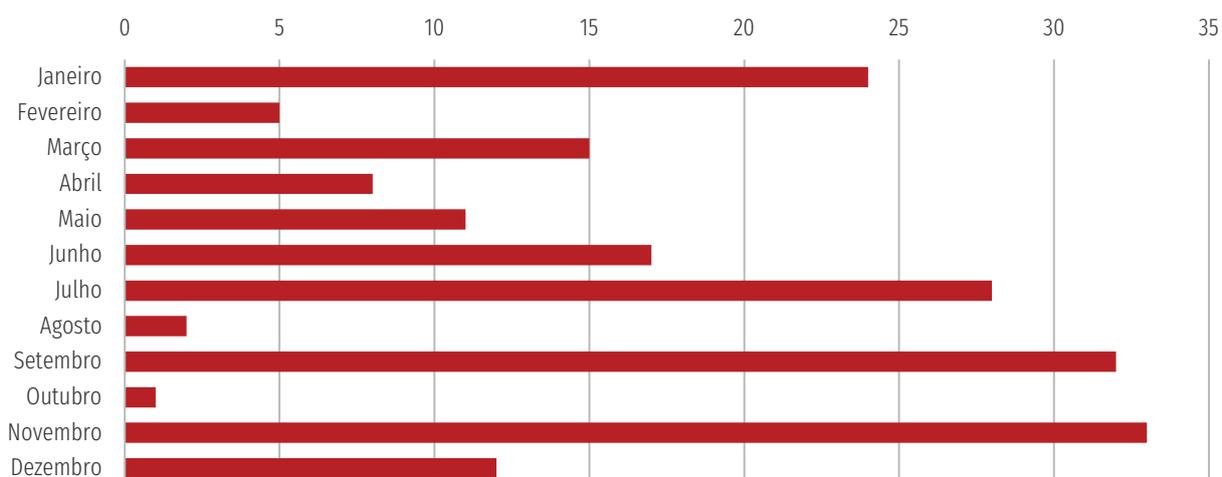


FIG. 5- ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2022 – TOTAIS/MÊS



Nas Figuras 3 a 5, pode observar-se a distribuição dos casos por meses e por serviços de programas ao longo de 2022. Quanto aos meses com maior número de casos, no total dos quatro serviços, foram registados 33 casos em novembro, 32 em setembro, 28 em julho e 24 em janeiro, sendo que em todos os restantes meses os casos desconformes nunca ultrapassaram as duas dezenas. Quanto aos meses com um menor número de casos no total dos quatro serviços, foi registado apenas um caso em outubro e dois em agosto. De notar que os máximos cumulativos apurados em novembro e julho correspondem aos máximos apurados individualmente para cada um dos serviços analisados, na soma dos 12 meses, com os picos da RTP2 e da TVI em julho e os picos da RTP1 e da SIC em novembro.

No que se refere aos valores máximos registados por serviço de programas, por mês, observou-se que o maior valor de ocorrências foi registado pela RTP2, em julho, com 17 situações identificadas, seguido da SIC, com 13, em novembro, da RTP1, com 12, em novembro, e da TVI, com 9, em julho.

Quanto aos valores mais baixos registados por serviço de programas, por mês, em face da amostra selecionada para análise, destaca-se positivamente a TVI, que não registou qualquer alteração à sua programação em sete (janeiro, fevereiro, março, junho, agosto, outubro e novembro) dos doze meses analisados. A RTP1 apresentou quatro meses

(fevereiro, abril, junho e outubro) sem alterações, a RTP2, apesar de ser o serviço que em 2022 mais contribuiu para o aumento do cômputo total de infrações, também apresentou três meses (abril, agosto e outubro) sem alterações verificadas. O serviço SIC apresentou alterações na programação em todos os meses analisados, apesar de apenas uma em cada um dos meses de julho a outubro.

Apesar de os meses de novembro e julho terem sido aqueles em que se apuraram os máximos registados por serviço de programas, não podemos, contudo, concluir por uma uniformidade no padrão (máximos/mínimos) seguido pelos quatro serviços de programas regularmente analisados, estando os números apurados intrinsecamente relacionados com a autonomia na programação de cada serviço e as suas grelhas, nomeadamente quanto ao destaque dado a eventos em direto (desportivos ou outros), homenagens póstumas a figuras públicas, ou cobertura informativa da atualidade nacional e internacional.

Se atendermos qualitativamente aos eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitida, todos eles foram distintos entre si – a título de exemplo, na RTP1 esteve em causa a cobertura da atualidade política (Legislativas 2022; Plano de ajuda às famílias apresentado pelo Governo), homenagens póstumas por altura da morte da Rainha Isabel II e cerimónias fúnebres do ex-presidente de Angola, José Eduardo dos Santos, bem como alterações motivadas por transmissões em direto; na RTP2 as alterações foram motivadas, na esmagadora maioria, por transmissões desportivas em direto que tiveram maior/menor duração do que o previsto; na SIC, especialmente no primeiro trimestre, muitas das situações desconformes ficaram a dever-se ao ataque informático sofrido pelo Grupo Impresa, que afetou, entre outros, o sistema informático que suporta o alinhamento das emissões e gerou várias desconformidades e imprecisões, bem como situações relativas à atualidade informativa como a guerra na Ucrânia, o mandado de captura internacional de Isabel dos Santos, ou as cheias que assolaram o país nos últimos meses do ano; na TVI estiveram em causa quer situações motivadas por transmissões desportivas em direto, como a atualidade informativa no acompanhamento dos incêndios florestais ou homenagem póstuma à Rainha Isabel II.

De acordo com a metodologia já apresentada, os dados oferecidos nas figuras supra englobam todas as situações de desvios da programação anunciada, quer no que se refere a programas emitidos antes/depois do horário anunciado, quer no que se refere a programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados, nos quatro serviços de programas objeto da análise, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo em conta os períodos de uma semana por mês, aleatoriamente selecionados ao longo de 2022.

Pese embora o total de 188 situações irregulares verificadas no decorrer de 2022, das quais 81 se registaram no segundo serviço televisivo do operador público e 48 na SIC, deverá esclarecer-se que os elevados números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à lei, resultando assim da própria natureza dos acontecimentos transmitidos ou da necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas e casos de força maior, bem como do cumprimento de obrigações relacionadas com a concessão de serviço público de televisão, o qual faz impender sobre o operador público deveres específicos de cobertura informativa cujas situações, em concreto, se encontram quase sempre abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Tal como já referido, a grande maioria dessas alterações de programação (se analisadas de forma cumulativa) ocorreram no serviço público de televisão, RTP1 e RTP2, e tiveram na sua base várias transmissões desportivas em direto (Campeonato da Europa de Futebol Sub17, Campeonato do Mundo de Hóquei em Patins, jogos da Seleção Nacional de Futebol, Campeonato do Mundo de Futebol do Catar, Campeonato da Europa de Andebol, Campeonato Nacional de Basquetebol, Liga Betclíc Basquetebol, Taça do Mundo de Ginástica Rítmica, Ciclismo Volta a França, Campeonato do Mundo de Atletismo, Campeonato do Mundo de Andebol em Cadeira de Rodas, Liga dos Campeões de Futebol), eventos religiosos (Eucaristia Dominical), homenagens póstumas, por altura da morte de figuras públicas (Rainha Isabel II, José Eduardo dos Santos e Paula Rego), galas/espetáculos (Lisboa Solidária – Concerto pela Ucrânia, Cerimónia de Encerramento dos Jogos Olímpicos de Inverno de Beijing 2022, Cerimónia de Encerramento dos Jogos Paralímpicos de Inverno de Beijing 2022 e Concerto da Orquestra Filarmónica de Minas Gerais no Bicentenário da Independência do Brasil), cobertura informativa quer de agenda democrática/política, como o acompanhamento do ato eleitoral “Legislativas 2022” ou de comunicados ao país do Primeiro-ministro, como o “Plano de Ajuda às Famílias”, quer da atualidade internacional, especialmente direcionada ao acompanhamento da guerra na Ucrânia, e atualidade nacio-

nal, relacionada com os incêndios florestais e eventos climatéricos extremos que motivaram cheias em vários pontos do país. Para além dos motivos precedentes, existiram outras questões de nível técnico que não permitiram o cumprimento rigoroso da programação planeada pelo operador, mas que por este puderam ser comprovadas. De notar que durante o ano em análise o operador SIC sofreu um ataque informático externo, o que motivou várias alterações e desconformidades, especialmente durante o primeiro trimestre de 2022.

Contudo, é de ressaltar que todas as situações assinaladas que resultaram de algum dos condicionantes atrás referidos foram justificadas ao abrigo da norma de exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, significando que os motivos para as alterações foram legalmente atendidos e não motivaram qualquer sansão.

É importante realçar que as poucas situações que não puderam ser justificadas pela norma de exceção, nos quatro serviços regularmente analisados, estiveram relacionadas com erro humano e/ou problemas técnicos que, apesar de indicados pelo operador, não puderam ser confirmados *a posteriori*, nomeadamente através da visualização da emissão. Após a análise das justificações apresentadas pelo operador, a maioria desses casos acabou por ser relevada, tendo em atenção a diminuta repercussão na programação geral do serviço.

3.2. COMPARAÇÃO – QUINQUÉNIO 2018/2022 (RTP1, RTP2, SIC, TVI)

Desde 2016 que as análises regulares ao apuramento das alterações da programação ocorridas nas emissões dos serviços de programas regularmente analisados, RTP1, RTP2, SIC e TVI, se baseiam no apuramento de uma semana/mês, aleatoriamente escolhida e aplicada de igual modo aos quatro serviços referidos.

As alterações da programação apuradas ao longo do quinquénio (2018-2022) distribuíram-se da forma apresentada na Figura 6.

FIG.6 -ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2018/2022

QUINQUÉNIO	Alterações da programação									
	RTP1		RTP2		SIC		TVI		Total	
Casos 2018 (nº)	15		29		10		7		61	
Casos 2019 (nº)	36	↑	45	↑	7	↓	49	↑	137	↑
Casos 2020 (nº)	81	↑	37	↓	59	↑	62	↑	239	↑
Casos 2021 (nº)	39	↓	17	↓	36	↓	18	↓	110	↓
Casos 2022 (nº)	35	↓	81	↑	48	↑	24	↑	188	↑

A evolução ao longo do quinquénio em análise não é particularmente homogénea, pois se o número de situações irregulares registadas em 2018 (61) foi o mais baixo do quinquénio, voltou a subir em 2019 (137) e 2020 (239), para baixar novamente em 2021 (110) e voltar a aumentar em 2022 (188). Não obstante a irregularidade, a tendência desde 2018 tem sido uma evolução ascendente, com o aumento de casos, excecionando-se apenas o ano de 2021.

De notar que para o valor bastante elevado de 2020 contribuiu a seguinte particularidade na metodologia de apuramento desse ano: nos meses de março, abril, maio e junho a análise teve por base a totalidade das emissões/mês, não se limitando a uma amostra de uma semana mensal, como ocorreu nos restantes meses do ano e como está em prática desde 2016. Esse apuramento diferenciado em 2020 teve por base a necessidade de proceder-se a uma compilação de dados mais exaustiva, ao abrigo do desenvolvimento do estudo sobre a “Análise ao Cumprimento das Obrigações Constantes da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido”, que veio a ser publicado pela ERC em setembro de 2020.

Considerados os quatro serviços generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, não existe no quinquénio 2018-2022 uma desejável descida gradual e consistente de casos, especialmente porque se registou no ano de 2018 o marco

mínimo de alterações da programação (61). Se o ano de 2021 parece também encetar uma evolução descendente nos casos totais apurados, com uma diferença de menos 129 casos de alteração da programação registados em face do ano imediatamente anterior, já o ano de 2022, apesar de continuar a posicionar-se abaixo dos números de 2020, já registou um aumento de 78 casos em comparação com 2021.

Ao contrário do que foi possível apurar em anos anteriores ao quinquénio em análise, cujos máximos totais de situações irregulares mostraram uma consistência com acontecimentos de relevo a nível nacional, ou se se atender à análise do ano de 2020, em que a grande maioria das situações irregulares foram verificadas em março, abril, maio e junho, estando esmagadoramente relacionadas com a atualidade informativa inerente à pandemia Covid-19 e ao “Estado de Emergência” decretado e suas sucessivas renovações, nos anos 2018, 2019, 2021 e 2022 não foi possível apurar um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, pois as causas que estiveram na base das alterações ocorridas foram muito diversificadas e não tiveram correspondência em todos os serviços.

Quanto à evolução por serviço de programas, a RTP1 obteve o menor número de casos do quinquénio em 2018 (15), mas em 2022 voltou a descer o número de situações registadas para 35, depois de ter contado com 81 situações em 2020, que foi o pior número registado, por serviço, no quinquénio, acompanhado em igual número pela RTP2 em 2022. Também a TVI (7) obteve o menor número de casos em 2018, sendo que em 2022 é também o serviço com menos situações de alteração de programação registadas (24). A SIC teve o seu melhor resultado em 2019 (7) e a RTP2 (17) alcançou o melhor resultado em 2021. Apesar de todos os serviços terem registado menos casos em 2021 do que em 2020, o que foi tido como bastante positivo na análise que integrou o Relatório de Regulação 2021, a análise atual de 2022 veio demonstrar que a tendência descendente generalizada verificada no ano anterior não foi consolidada e há espaço para melhoria, especialmente se se atender aos números mais baixos verificados no início do quinquénio, em 2018.

Os dados apurados para o quinquénio 2018-2022 continuam a espelhar a inconstância destes serviços em matéria de “Anúncio da Programação”, não se contabilizando, em nenhum deles, mais de dois anos em que a tendência de subida ou descida não seja invertida, a mais das vezes sem uma razão de fundo aparente.

No que a 2020 diz respeito, manifestou-se um padrão comum de agravamento seguido por RTP1, SIC e TVI, e que, como acima já se referiu, não poderemos deixar de relacionar intimamente com a pandemia Covid-19. Contrariando a tendência, a RTP2, em 2020, obteve melhor resultado do que em 2019, o que se justifica pela natureza própria da programação deste serviço, que não sofreu de forma tão impactante as alterações provocadas pela pandemia Covid-19.

Já em 2021, todos os serviços melhoraram o comportamento de 2020, mas em 2022 todos os serviços, à exceção da RTP1, voltaram a incrementar o número de casos de alteração da programação.

O Conselho Regulador da ERC não determinou a abertura de processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação” durante os anos de 2018, 2020 e 2022.

No decurso de 2019, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de dois processos relativos às alterações da programação registadas no primeiro e segundo trimestres desse ano, no serviço de programas TVI (Deliberação ERC/2019/177 (PROG-TV), de 26 de junho de 2019, e Deliberação ERC/2020/44 (PROG-TV), de 11 de março de 2020). Consequentemente, pela Deliberação ERC/2022/155 (CONTPROG-TV-PC), de 25 de maio de 2022, foi a Arguida condenada no pagamento de uma coima única no valor de € 20.000,00 (vinte mil euros) e pela Deliberação ERC/2022/230 (PROG-TV-PC), de 13 de julho de 2022, foi a Arguida condenada no pagamento de coima única no valor de € 30.000 (trinta mil euros), pela violação do artigo 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

No decurso de 2021, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de apenas um processo de contraordenação, relativo às alterações da programação registadas no terceiro trimestre de 2021, no serviço de programas SIC (Deliberação ERC/2021/343 (PROG-TV), de 17 de novembro de 2021), o qual foi decidido pela Deliberação ERC/2022/385 (PROG-TV-PC), de 16 de novembro, sendo a Arguida admoestada e formalmente advertida da obrigação de cumprimento escrupuloso das obrigações instituídas pela Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

3.3. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Para além das verificações regulares aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, RTP2, SIC e TVI, foi ainda acompanhado, em 2022, o desempenho dos serviços de programas constantes da Figura 7.

FIG.7 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2022

NÚMERO DE REGISTO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	COBERTURA	TIPO DE PROGRAMAÇÃO	TIPO DE ACESSO
523385	Sport TV Portugal, S.A.	Sport TV África	Internacional	Temático - Desporto	Acesso Condicionado
		Sport TV 1	Nacional	Temático - Desporto	Acesso Condicionado
		Sport TV 3	Nacional	Temático - Desporto	Acesso Condicionado
		Sport TV 5	Nacional	Temático - Desporto	Acesso Condicionado
523416	C11 - Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
523392	Benfica TV, S.A.	BTV1	Nacional	Temático - Desporto	Acesso Condicionado
523384	TVI - Televisão Independente, S.A.	TVI Ficção	Nacional	Temático - Ficção Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
523383	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Caras	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
523401	Canal Q, Unipessoal, Lda.	Q	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
523397	Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Casa e Cozinha	Nacional	Temático - Entretenimento/ Lifestyle	Acesso não condicionado com assinatura
523415	Canalife, Serviços de Comunicação, S.A.	S+	Nacional	Temático - Saúde	Acesso não condicionado com assinatura
523388	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	Nacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2022 por cada serviço de programas fiscalizado.

FIG.8 – AMOSTRA ANALISADA EM 2022 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "AP" - Outros Serviços				
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias	Total Alterações (n.º)
SPORT TV ÁFRICA	Novembro	47	21 a 27	40
	Abril	17	25 abr. a 1 mai.	76
	Maio	20	16 a 22	69
SPORT TV1	Setembro	37	12 a 18	58
	Outubro	43	24 a 30	56
SPORT TV3	Janeiro	3	17 a 23	34
SPORT TV5	Fevereiro	6	7 a 13	10
11	Janeiro	4	24 a 30	7
	Abril	15	11 a 17	54
BTV1	Maio	19	9 a 15	68
	Outubro	41	10 a 16	31
	Novembro	45	7 a 13	37
TVI FICÇÃO	Março	11	14 a 20	0
	Abril	14	4 a 10	0
	Maio	21	23 a 29	0
	Junho	24	13 a 19	0
	Abril	16	18 a 24	0
SIC CARAS	Junho	23	6 a 12	0
	Junho	25	20 a 26	0
Q	Julho	28	11 a 17	0
	Julho	27	4 a 10	0
CASA E COZINHA	Fevereiro	7	14 a 20	0
	Julho	27	4 a 10	0
S+	Agosto	31	1 a 7	0
	Outubro	42	17 a 23	0
PORTO CANAL	Março	10	7 a 13	4
	Maio	21	23 a 29	5
	Agosto	34	22 a 28	2

As análises foram realizadas recorrendo à comparação entre a grelha de programação anunciada e previamente divulgada – cujo upload foi, em alguns casos, diretamente efetuado pelos operadores na aplicação criada para o efeito, “Análise de Grelhas de Programação TV”, com a antecedência prevista na LTSAP, noutros pela própria ERC, após receção das grelhas dos operadores – e a emissão efetiva, com o recurso, em vários casos, às gravações disponibilizadas pelos operadores.

Seguindo a metodologia utilizada nas análises regulares aos serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, os casos de desvio dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos não foram considerados para efeitos destas verificações.

Todas as análises ao anúncio da programação dos serviços referidos na Figura 8 foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Esses apuramentos são alvo de uma análise global efetuada para efeitos da avaliação intercalar das autorizações, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2 e 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido – através dessa avaliação intercalar, a ERC elabora um relatório relativo ao cumprimento das obrigações e condições a que os operadores se encontram vinculados, nas quais se insere o respeito pelo anúncio da programação.

Posteriormente, os relatórios da avaliação intercalar das autorizações serão tidos em conta na análise global efetuada para efeitos da renovação das autorizações, nos termos dos artigos 22.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, uma vez que essa renovação, que ocorre 15 anos após a emissão da autorização, apenas é concedida em caso de reconhecido cumprimento das obrigações e condições a que se encontram vinculados os respetivos operadores.

Em 2022, a avaliação do “anúncio da programação” dos serviços melhor identificados nas Figuras 7 e 8 não teve por base qualquer denúncia, sendo apenas fruto de um exercício regular da atividade fiscalizadora da ERC.

Tal como se pode observar no quadro da Figura 8, os serviços temáticos TVI FICÇÃO, SIC CARAS, Q, CASA E COZINHA e S+ mostraram um respeito integral da norma aplicável em termos de “anúncio da programação”. Para o efeito terá contribuído um apertado controlo interno e ainda o facto de serem serviços com poucos programas em direto, em que o acompanhamento da atualidade não se faz de forma tão premente como noutros serviços autorizados, mantendo uma programação essencialmente assente em programas pré gravados, o que assegura um maior grau de previsibilidade na sequência programada dos conteúdos em grelha e a sua efetiva emissão nos horários previamente estabelecidos.

Também o Porto Canal vem evoluindo de modo a quase não apresentar desconformidades na última semana analisada em 2022.

Contrariamente, os serviços temáticos de desporto analisados, SPORT TV ÁFRICA, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV5, 11 e BTV1, registaram várias alterações de programação nas amostras analisadas. As alterações ocorridas na programação destes serviços foram, na sua maioria, causadas pela duração superior ou inferior ao previsto de transmissões de eventos desportivos, sendo que a duração dos eventos desportivos não é da responsabilidade do operador, apesar de existir um compromisso de transmissão por este assegurado. A generalidade das alterações de programação resultou, assim, das características temáticas de um serviço de programas de desporto, centrado essencialmente na transmissão de eventos desportivos, muitos em direto, e informação especializada (desportiva) da atualidade, que pela sua natureza não permitem uma estabilização da grelha de programação. Assim, no âmbito das verificações efetuadas em matéria de anúncio de programação destes serviços de desporto, as alterações programáticas, geralmente enquadradas na natureza específica dos referidos serviços, puderam ser justificadas, na sua generalidade, ao abrigo da norma de exceção do n.º3, do artigo 29.º, da LTSAP.

De referir que, à semelhança da avaliação feita para os serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI, quando são detetadas situações cujo enquadramento na norma de exceção não é possível, como origem em lapsos de natureza técnica ou editorial (que não estejam devidamente documentados), o Conselho Regulador poderá sempre determinar que sejam relevados, após análise do comportamento global.

Sempre que abordada para o efeito, a ERC prestou os esclarecimentos considerados necessários para que os operadores pudessem otimizar os seus recursos na construção das grelhas e os mecanismos internos de controlo nesta matéria, sendo visível a diminuição dos casos se atendermos aos serviços que foram fiscalizados mais de uma vez em 2022.

Note-se que, de entre as situações analisadas, praticamente todas puderam enquadrar-se na norma de exceção, sem reservas. Foram situações quase todas inerentes a programação desportiva, emitida em direto. E as (muito poucas) que não puderam enquadrar-se foram relevadas atendendo às justificações avançadas (analisadas em face do concreto serviço objeto da avaliação), à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespetadores e por motivos de economia processual, tendo todos os procedimentos de fiscalização sido arquivados quanto à matéria que nos ocupa.

Ressaltaram algumas situações em que as ocorrências identificadas pareciam resultar de um erro de inserção/formatação das grelhas de programação remetidas pelo operador, tendo-se recomendando aos operadores que ainda não o fazem, como forma de minimizar estas eventualidades, que insiram eles próprios as grelhas de programação na ferramenta de análise de grelhas disponibilizada pela ERC para o efeito, à semelhança do que já foi adotado como prática pela maioria dos serviços de programas.

Outras, em que o operador foi alertado para a necessidade de alinhar o anúncio de programação com algumas transmissões em direto, onde se verificou que foi anunciada a hora do início da competição e não a hora do início da transmissão em direto (para cobertura de aspetos relacionados, como a apresentação de equipas antes do início do jogo, etc.) e que motivaram desconformidades evitáveis.

Não obstante o arquivamento de todos estes processos de fiscalização, todos os operadores foram notificados das avaliações efetuadas e alertados, nos casos em que se justificou, para um cumprimento escrupuloso das normas aplicáveis quanto ao “anúncio da programação”, contidas no artigo 29.º, da LTSAP. Não foram abertos processos contraordenacionais quanto a esta matéria.

3.4. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS – QUINQUÊNIO 2018/2022

FIG.9 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS – EVOLUÇÃO QUINQUÊNIO 2018/2022				
Anos	Meses	Dias	Total Alterações (n.º)	Tendência evolutiva
SPORT TV ÁFRICA				
2018	Abril	23 a 29	15	
2022	Novembro	21 a 27	40	↑
SPORT TV3				
2018	Maio	7 a 13	11	
	Abril	19 a 25	54	
2021	Junho	14 a 20	26	↑ ↓
	Novembro	8 a 14	57	
2022	Janeiro	17 a 23	34	
SPORT TV5				
	Julho	22 a 28		
	Agosto	5 a 11		
2019	Outubro	21 a 27	68	
	Novembro	4 a 10		↓
2021	Julho	12 a 18	18	
2022	Fevereiro	7 a 13	10	
SPORT TV+				
	Maio	4 a 10	15	
2020	Agosto	3 a 9	25	
	Outubro	21 a 27	29	↑
2021	Janeiro	18 a 24	33	
BTV1				
2018	Agosto	1 a 31	154	
	Abril	11 a 17	54	
	Maio	9 a 15	68	↓
2022	Outubro	10 a 16	31	
	Novembro	7 a 13	37	
A BOLA TV				
	Junho	1 a 7	30	
2020	Agosto	10 a 16	8	
	Dezembro	15 a 21	4	↓
2021	Fevereiro	8 a 14	9	
11				
	Abril	12 a 18	27	
2021	Junho	7 a 13	31	
	Dezembro	6 a 12	36	↓
2022	Janeiro	24 a 30	7	

FIG.9 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS – EVOLUÇÃO QUINQUÊNIO 2018/2022

Anos	Meses	Dias	Total Alterações (n.º)	Tendência evolutiva
SIC CARAS				
2018	Setembro	24 a 30	0	
2021	Junho	21 a 27		
	Agosto	9 a 15	0	
	Setembro	13 a 19		=
2022	Desembro	6 a 12		
	Abril	18 a 24	0	
	Junho	6 a 12	0	
SIC RADICAL				
2020	Junho	22 a 28		
	Julho	13 a 19	0	
	Outubro	7 a 13		=
2021	Fevereiro	15 a 21	0	
SIC MULHER				
2020	Agosto	29	0	
	Março	8 a 14		
2021	Maio	3 a 9	0	
	Setembro	20 a 26		=
	Novembro	15 a 21		
Q				
2020	Janeiro	20 a 26	145	
2022	Junho	20 a 26	0	↓
	Julho	11 a 17	0	
S+				
2020	Fevereiro	10 a 16	0	
		17 a 23		
2022	Julho	4 a 10	0	=
	Agosto	1 a 7	0	
	Outubro	17 a 23	0	
CASA E COZINHA				
2021	Julho	19 a 25		
	Setembro	6 a 12	0	
	Dezembro	13 a 19		=
2022	Fevereiro	14 a 20	0	
PORTO CANAL				
2020	Março	1 a 31	90	
	Abril	1 a 30	280	
	Maio	1 a 31	126	
	Junho	1 a 30	127	
	Agosto	3 a 9	46	
		10 a 16	14	
2022	Março	7 a 13	4	↓
	Maio	23 a 29	5	
	Agosto	22 a 28	2	

Durante o quinquénio 2018/2022 vários serviços de programas foram fiscalizados pela ERC, de modo a apurar-se a conformidade da sua atuação em várias áreas contempladas nas atribuições da ERC, onde se insere o “Anúncio da programação”.

Ao contrário daquilo que resultou da análise do quinquénio à *performance* dos quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, que, em virtude de um apuramento regular de uma semana/mês, forneceu dados regulares ao longo dos últimos cinco anos analisados, possibilitando uma comparação consistente entre anos e entre serviços, a comparação aqui apresentada, apesar de limitada – especialmente porque nem todos os serviços analisados ao longo do quinquénio o foram mais do que uma vez, seja no mesmo ano ou em anos diversos, o que impossibilita o registo do universo dos serviços analisados entre 2018 e 2022 na Figura 9 – pretende dar uma visão geral sobre o comportamento dos serviços que vêm sendo analisados no ponto “Outros” deste relatório, de modo a possibilitar algumas conclusões quanto à evolução destes na matéria em análise.

Antes de mais, será de salientar pela positiva que serviços como SIC Caras, SIC Radical, SIC Mulher, S+ e Casa e Cozinha, das várias vezes em que foram alvo de análise nunca registaram qualquer alteração à sua programação, encontrando-se a cumprir escrupulosamente a regra do art.º 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Por outro lado, a comparação efetuada comprova que os serviços de programas de temática desportiva, como a SPORT TV África, SPORT TV3, SPORT TV5, SPORT TV+, BTV1, A BOLA TV, 11, são mais propensos a alterações de última hora na sua programação, mercê da atualidade desportiva que acompanham e tendo em conta que muita da sua grelha corresponde à transmissão de competições desportivas em direto. No entanto, ressalva-se que, na maioria dos serviços temáticos de desporto retratados na Figura 9, a evolução ao longo dos anos tem sido positiva, no sentido em que, de um modo geral, os casos registados têm vindo a ser cada vez menos e quase todos justificáveis pela norma de exceção do art.º 29.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

De modo positivo, é igualmente de assinalar a evolução do serviço Q que, após a primeira verificação em 2020, não apresentou qualquer alteração de programação em 2022, e o Porto Canal, que tem vindo consistentemente a baixar o número de desvios de última hora na sua programação.

Esta melhoria de resultados tem sido possível através dos compromissos assumidos pelos operadores/serviços no sentido de melhorar a sua estratégia de comunicação da programação anunciada ao público e à ERC e na implementação de mecanismos internos de controlo apertado das emissões e suas componentes, como os intervalos e a publicidade, tendo a ERC sempre pugnado no sentido de que uma melhoria gradual sustentável é possível, mesmo nos serviços que, pela sua natureza, são mais propensos a alterações inesperadas, como os desportivos ou os noticiosos.



4. ANÁLISE DOS CASOS DE ALTERAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

Manda a regra do n.º 1 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido que os operadores que exercem a atividade televisiva têm o dever de informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação nos serviços de programas que disponibilizam.

Sendo certo que a esse dever poderão sobrepor-se exigências relacionadas com a própria natureza dos eventos transmitidos, ou com a necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas, ou designados casos de força maior, inseridas na liberdade editorial e dever de informação que o legislador igualmente acautelou.

Face a essa obrigação, os operadores deverão comunicar com a devida regularidade à ERC as alterações da programação anunciada e as circunstâncias em que estas ocorrerem para que possam ser devidamente avaliadas e, eventualmente, justificadas face às exceções previstas no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP. Assim, pese embora um serviço de programas possa ter-se desviado várias vezes da sua programação inicial (aquela que comunicou à ERC e ao público em geral), o mesmo não significa a priori que tais alterações não tenham uma justificação que se enquadre na norma de exceção e que o operador seja punido por esses desvios.

Daqui decorre que, para que possam ser devidamente avaliadas, os operadores têm um papel ativo na comunicação à ERC de todas as alterações ocorridas e as circunstâncias em que ocorrerem, uma vez que estas comunicações poderão ser suficientes para que as situações irregulares detetadas nas análises regulares sejam consideradas justificadas, tendo em conta o regime de exceção previsto no n.º 3, do artigo 29.º, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

De acordo com as verificações mensais efetuadas nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, ao longo de 2022, e tendo em conta a amostra selecionada em cada mês (uma semana/mês), registou-se um total de 188 situações de alteração da programação, as quais, após análise dos motivos que lhes estiveram na base, foram maioritariamente tidas como justificadas por enquadráveis nas exceções consagradas na lei ou, em casos especiais, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral e programação subsequente. As situações relevadas foram, todavia, identificadas e comunicadas aos operadores, e estes alertados para o escrupuloso cumprimento dos normativos legais aplicáveis.

Quanto aos serviços disponibilizados pelo operador público, RTP1 e RTP2, as alterações continuam a decorrer, em grande parte, do cumprimento das obrigações contidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCS-PRT), designadamente quanto à cobertura da atualidade informativa e provas desportivas e outros eventos.

No âmbito das análises efetuadas no decurso de 2022, foi possível identificar as causas mais frequentes das ocorrências consideradas justificadas nos quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, as quais não têm mostrado grandes oscilações ao longo dos anos anteriormente analisados, bem como se verificam de uma forma geral em todos os quatro serviços, a saber: (i) Necessidade de cobertura informativa imediata de factos de interesse público, da vida democrática e política do país, como o acompanhamento das Legislativas 2022 ou comunicações do Primeiro-ministro ao país; (ii) Necessidade de cobertura informativa imediata da atualidade, nomeadamente no que se refere à guerra na Ucrânia e fenómenos extremos como incêndios florestais e eventos climatéricos extremos; (iii) Manifestações desportivas, eventos civis, religiosos e outros, transmitidos em direto, cuja duração não é da responsabilidade do operador; (iv) homenagens póstumas a personalidades públicas por altura da sua morte; (v) Problemas técnicos suscetíveis de causar perturbações na continuidade da emissão; (vi) Situações externas ao operador, não controláveis, como ataques informáticos.

No sentido inverso, as justificações apresentadas pelos operadores que não se enquadram nas exceções consagradas na lei e que não legitimam as alterações de programação delas decorrentes continuam a ter origem, na maioria dos casos verificados, em erro humano e em opções de natureza editorial deliberadamente tomadas no decurso da emissão, mas também em problemas técnicos que são indicados pelos operadores sem qualquer suporte documental e que não são perceptíveis através da visualização da emissão.

PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

1. VISÃO GLOBAL

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda, nos seus serviços de programas, encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua versão atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Em 2022, procedeu-se à verificação do cumprimento do tempo reservado à publicidade, por amostra, nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram ainda verificadas as emissões dos serviços de programas temáticos 11, BTV1, Casa e Cozinha, CMTV, Porto Canal, Q, S+, SIC Caras, SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5, TVI Ficção e ZAP Viva.

Estes serviços foram também objeto de análise das diversas regras de identificação e inserção da publicidade, nos termos do disposto nos artigos 40.º -A e seguintes da LTSAP.

No que respeita ao cumprimento das normas contidas na LTSAP, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, não se verificaram situações de incumprimento.

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

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais telepromoção, patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção, tendo os operadores sido sensibilizados para o estrito cumprimento das normas constantes da LTSAP. Das ações de fiscalização, resultou a abertura de processo contraordenacional relacionado com a inserção de publicidade que recaiu sobre o serviço de programa Correio da Manhã TV (CMTV).

Em 2022, foram medidos os níveis de volume de som de 11 (onze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado flutuações significativas dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

2. METODOLOGIA - TEMPOS E INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

O universo de análise da avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente, com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da Mediamonitor/Yumi.

Foram, assim, avaliados os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, SIC e TVI, tendo por base amostras semanais que recaíram sobre os meses de janeiro a dezembro de 2022, no final de cada trimestre.

FIG.1 – AMOSTRA 2022 – RTP1, SIC E TVI

Amostra “Publicidade Televisiva”		
Trimestres	Meses	Semanas/dias
1.ºT	4	24 a 30 janeiro
	7	14 a 20 fevereiro
	10	7 a 13 março
2.ºT	16	18 a 24 abril
	21	23 a 9 maio
	23	6 a 12 junho
3.ºT	28	11 a 17 julho
	34	22 a 28 agosto
	36	5 a 11 setembro
4.ºT	40	3 a 9 outubro
	46	14 a 20 novembro
	50	12 a 18 dezembro

Foram ainda avaliadas amostras pontuais de uma ou mais semanas de 2022, dos serviços de programas 11, BTV1, Casa e Cozinha, CMTV, Porto Canal, Q, S+, SIC Caras, SPORT TV África, SPORT TV1, SPORT TV3, SPORT TV 5., TVI Ficção e ZAP Viva.



3. TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE TELEVISIVA

A verificação do cumprimento do limite de tempo reservado à publicidade foi efetuada, tendo presente o disposto no n.º 1 do artigo 40.º da LTSAP estabelece que «[o] tempo de emissão destinado à publicidade televisiva e à teleavenda, tanto no período compreendido entre as 6 e as 18 horas, como no período compreendido entre as 18 e as 24 horas, não pode exceder 10% ou 20% consoante se trate, respetivamente, de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura»¹.

A RTP1, a SIC e a TVI são serviços de acesso não condicionado livre, pelo que estão sujeitos à limitação de 20 % do tempo de emissão nos distintos períodos previstos pela norma.

Na análise efetuada nas semanas que constam da Figura 1, foram excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2, da citada norma, ou seja, «a) Os blocos de teleavenda; b) As mensagens do operador televisivo relacionadas com os seus próprios programas e com produtos acessórios deles diretamente derivados, ou com programas e serviços de comunicação social audiovisual de outras entidades pertencentes ao mesmo grupo; c) Os anúncios dos serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor caritativo transmitidos graciosamente; d) Os anúncios de patrocínio; e) A colocação de produto e ajuda à produção; f) Os quadros neutros entre o conteúdo editorial e os spots de publicidade televisiva ou de teleavenda, e entre os vários spots».

No mesmo sentido, o art.º 41.º-C da LTSAP determina a exclusão as mensagens, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, relativas à identificação do patrocínio, colocação de produto, ajudas à produção e, ainda, as mensagens respeitantes a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente.

Em resultado das análises efetuadas, e atentas as exclusões supramencionadas, tendo sido concedida uma margem de apreciação de seis segundos, não se verificaram incumprimentos dos 12 minutos de publicidade no serviço de programas da RTP1.

No que respeita à verificação do limite previsto no n.º 1, da Cláusula 23.ª, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPTV), face ao qual a publicidade comercial exibida na RTP1 não poderá ultrapassar seis

¹ Redação pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020.



minutos por hora, foram efetuadas duas análises distintas, a primeira, seguindo a LTSAP antes da entrada em vigor da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020, e posteriormente, foi efetuada análise com base nas exceções agora previstas na LTSAP revista, segundo a qual as telepromoções são contabilizadas no cômputo total da publicidade televisiva.

Assim, na análise com base no CCSPTV e na LTSAP antes da Lei n.º 74/2020, foram registadas duas situações nas quais se ultrapassou o máximo de seis minutos de publicidade televisiva por unidade de hora (em janeiro e março, cf. Figura 2);

Na análise que assenta na LTSAP após a Lei n.º 74/2020, verificaram-se 72 situações nas quais se ultrapassou o máximo de seis minutos de publicidade ao longo de 2022, com exceção dos meses de agosto e setembro (cf. Figura 2), ficando as mesmas a dever-se à contabilização das “telepromoções” no cômputo da publicidade televisiva.

Atendendo a que a matéria relacionada com o cumprimento do CCSPTV é da competência do Ministro das Finanças e da responsável pela área da Comunicação Social, os factos foram comunicados a este Membro do Governo, bem como ao operador.

No caso da SIC, observando-se os critérios de exclusão, o limite de tempo legalmente permitido (01h12m) para a emissão de publicidade televisiva e televenda foi ultrapassado, nos períodos coincidentes com a amostra de abril e maio (2.º trimestre 2022), tendo o referido serviço de programas reservado mais de 20 % do seu tempo de emissão para a difusão de mensagens publicitárias, conforme consta da Figura 2.

Ambas as situações foram relevadas. A primeira, assinalada no dia 21 de abril, na sequência de fundamentação do foro técnico e, a segunda, do dia 25 de maio, por se verificar a correta identificação do patrocinador da transmissão do evento.

Na emissão do serviço de programas TVI, observou-se a ocorrência de excesso de publicidade nos dias 25 e 26 de agosto, no período horário compreendido entre as 18h00 e as 24h00, e no dia 5 de setembro (entre as 6h00 e as 18h00). Estas situações foram relevadas, por se tratarem de ocorrências pontuais, reduzidas em face da duração total dos períodos horários onde se verificaram, e por motivos de economia processual, sem prejuízo de advertência ao operador para a necessidade do cumprimento da referida norma.

FIG.2 – INFRAÇÕES AO LIMITE DE TEMPO LEGALMENTE PERMITIDO PARA EMISSÃO DE PUBLICIDADE

2022 / Meses	Publicidade televisiva (n.º)			
	RTP1		SIC	TVI
	CCSPRT (1)	CCSPRT (2)	LTSAP	
Janeiro	1	9	0	0
Fevereiro	0	4	0	0
Março	1	4	0	0
Abril	0	3	0	0 (1)
Maio	0	10	0	0 (1)
Junho	0	6	0	0
Julho	0	1	0	0
Agosto	0	0	0	0 (2)
Setembro	0	0	0	0 (1)
Outubro	0	4	0	0
Novembro	0	28	0	0
Dezembro	0	3	0	0
Total	2	72	0	0

3.1. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

No decurso de 2022, para além das verificações regulares dos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho dos seguintes serviços de programas:

FIG.3 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2022

OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	COBERTURA	TIPO DE PROGRAMAÇÃO	TIPO DE ACESSO
C11 - Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	Nacional	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
Benfica TV, S.A.	BTV1	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Casa e Cozinha	Nacional	Temático - Entretenimento/ Lifestyle	Acesso não condicionado com assinatura
Cofina Media, S.A.	CMTV	Nacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	Nacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
Canal Q, Unipessoal, Lda.	Q	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Caras	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
Sport TV Portugal, S.A.	SPORT TV África	Internacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 1	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 3	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 5	Nacional	Temático - Desporto	Acesso condicionado
TVI - Televisão Independente, S.A.	TVI Ficção	Nacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
Upstar Comunicações, S.A.	ZAP VIVA	Internacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2022 por cada serviço de programas fiscalizado.

FIG.4 – AMOSTRA ANALISADA EM 2022 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "PUB" - Outros serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias
11	Janeiro	4	24 a 30
	Abril	15	11 a 17
BTV1	Maio	19	9 a 15
	Outubro	41	10 a 16
	Novembro	46	14 a 20
Casa e Cozinha	Fevereiro	7	14 a 20
	Março	10	7 a 13
CMTV	Agosto	34	22 a 28
	Março	10	7 a 13
Porto Canal	Maio	21	23 a 29
	Agosto	34	22 a 28
Q	Junho	25	20 a 26
	Julho	28	11 a 17
S+	Julho	27	4 a 10
	Agosto	31	1 a 7
	Outubro	42	17 a 23

FIG.4 – AMOSTRA ANALISADA EM 2022 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "PUB" - Outros serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias
SIC Caras	Abril	16	18 a 24
	Junho	23	6 a 12
SPORT TV África	Novembro	47	21 a 27
	Abril	17	25 a 1
SPORT TV1	Maio	20	16 a 22
	Setembro	37	12 a 18
	Outubro	43	24 a 30
SPORT TV3	Janeiro	3	17 a 23
SPORT TV5	Fevereiro	6	7 a 13
	Março	11	14 a 20
TVI Ficção	Abril	14	4 a 12
	Maio	21	23 a 29
	Junho	24	13 a 19
ZAP Viva	Março	10	7 a 13

As análises ao tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda dos serviços que constam da Figura 4 foram realizadas em processos autónomos de fiscalização, com a finalidade de verificar o cumprimento das normas que constam dos artigos 40.º e 41.ºC da LTSAP.

Relativamente aos doze serviços temáticos fiscalizados, e dois generalistas, não se registaram infrações no que concerne o tempo de publicidade.



4. INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

No que se refere à inserção de publicidade televisiva, foram verificados os princípios relacionados com a colocação de marcas, produtos e serviços nos programas, assim como as obrigações em matéria de sinalética, conforme disposto nos artigos 40.º-A (Identificação e separação), 40.º- B (Inserção), 40.º – C (Telepromoção), 41.º (Patrocínio) e 41.º-A (Colocação de produto e ajuda à produção), da LTSAP.

Foi ainda verificado o princípio de identificação de programas, de acordo com o disposto no artigo 42.º da LTSAP, que refere que «os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas artística e técnica». Foi analisada a emissão dos serviços de programas – RTP1, SIC, TVI, BTV1, Casa e Cozinha, CMTV, Porto Canal, S+, SIC Caras, SPORT TV África, SPORT TV1, TVI Ficção e ZAP Viva.

No global, cumpre referir que ao longo de 2022 foram sendo assinaladas ocorrências no âmbito da verificação da inserção de publicidade sobretudo relacionadas com a identificação de telepromoções, colocação de produto, patrocínio e ajudas à produção.

Na maioria, as situações identificadas encontraram justificação na fundamentação apresentada pelos operadores que permitiram o enquadramento nas regras de inserção de publicidade; houve ainda situações de cariz pontual e de menor relevância que se entendeu deverem ser relevadas, resultando destas a devida advertência aos operadores ou, até, um apelo, nos casos em que se considerou haver possibilidades de melhoria.

Observou-se ainda situações de natureza diversa, a menção de “Publicidade” em blocos de televenda ou a inserção de spots publicitários isolados fora de eventos desportivos, mas também elas pontuais e sobre as quais se observou sentido de correção por parte dos operadores.

Por fim, analisado o cumprimento da inserção de publicidade na semana 31 (1 a 7 de agosto de 2022) no serviço de programas CMTV – ação de fiscalização efetuada no seguimento de irregularidades detetadas no decorrer da semana 10 (7 a 13 de março) - e não se tendo constatado a regularização sobre inobservâncias detetadas no cumprimento dos artigos 41.º, n.ºs 1 e 2 (identificação de patrocínio e patrocinadores) e do artigo 42.º (ausência de fichas técnicas) da LTSAP, o Conselho Regulador da ERC deliberou instaurar procedimento contraordenacional contra o operador Cofina Media, S.A.

5. PRINCÍPIOS ORIENTADORES DA AVALIAÇÃO DO VOLUME DE SOM

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU², o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em -23 LUFs (Loudness Unit, referenced to Full Scale).

Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar ± 1 LU (Loudness Unit)³.

² Esta recomendação resulta de um estudo do comité técnico da EBU (*European Broadcasting Unit*), que analisou a necessidade de regular os níveis do sinal áudio nas fases de produção, distribuição e transmissão dos programas com base no nível de sensação de intensidade auditiva. Assim, entende-se como programa todo o conteúdo autónomo ou independente. Neste contexto, um intervalo publicitário é considerado um programa.

³ 1 LU = 1 Db (decibel).

A medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros. Esta medição deverá considerar o método de gating estabelecido na norma ITU-R BS. 1770, no qual zonas de silêncio do sinal não são consideradas para o valor global medido apurado.

5.1. AMOSTRA E METODOLOGIA - SOM

Com base numa amostra aleatória sistemática e através da seleção de um dia por mês, ou por trimestre de cada serviço de programas. Esta amostra considerou os seguintes critérios:

- Diferentes períodos horários;
- Quatro horas seguidas de programação;
- Análise das autopromoções para períodos de amostragem;
- Análise das publicidades para períodos de amostragem.

Relativamente aos serviços de programas generalistas de acesso livre RTP1, SIC e TVI respetivamente no segundo e no quarto trimestres, através de uma amostra não probabilística ao longo de 2022.

Os mesmos critérios foram aplicados aos canais temáticos desportivos de acesso SPORT TV5, SPORT TV e Benfica TV respetivamente no primeiro e segundo trimestres, foram auditados canais generalistas de acesso condicionado Porto Canal e CMTV no primeiro trimestre, foram ainda avaliados os níveis de volume de som aos canais temáticos Casa e Cozinha, TVI Ficção e SIC CARAS, respetivamente no primeiro, segundo e no terceiro trimestres, e por fim ao canal de saúde de acesso condicionado S+, no quarto trimestre, conforme se demonstrada na Figura 5.

FIG.5 - AMOSTRA DAS AÇÕES DE SUPERVISÃO SOBRE O VOLUME DE SOM-2022

Amostra Volume Sonoro 2021		
Serviços de programas	Dia	Período horário
1º trimestre		
Casa e Cozinha	15/fev	9h-13h
	18/fev	14h-18
	20/fev	19h-23h
Sport TV 5	07/fev	17h-20h
	11/fev	18h-21h
	13/fev	14h30-18h30
Porto Canal	07/mar	9h-13h
	10/mar	14h-18h
	12/mar	19h-23h
CMTV	07/mar	9h-13h
	10/mar	14h-18h
	12/mar	19h-23h
2º trimestre		
RTP1	11/abr	9h00-13h00
	19/mai	14h00-18h00
	11/jun	19h00-23h00
SIC	11/abr	9h00-13h00
	19/mai	14h00-18h00
	12/jun	19h00-23h00

FIG.5 - AMOSTRA DAS AÇÕES DE SUPERVISÃO SOBRE O VOLUME DE SOM-2022

Amostra Volume Sonoro 2021		
Serviços de programas	Dia	Período horário
TVI	11/abr	9h00-13h00
	19/mai	14h00-18h00
	12/jun	19h00-23h00
TVI Ficção	04/abr	9h00-13h00
	06/abr	14h00-18h00
	09/abr	19h00-23h00
Benfica TV	10/mai	9h00-13h00
	12/mai	14h00-18h00
	14/mai	19h00-23h00
Sport TV 1	17/mai	9h00-13h00
	19/mai	14h00-18h00
	21/mai	19h00-23h00
3º trimestre		
SIC Caras	18/jul	9h00-13h00
	20/jul	14h00-18h00
	23/jul	20h00-24h00
4º trimestre		
RTP1	31/out	9h00-13h00
	17/nov	14h00-18h00
	18/dez	20h00-24h00
SIC	31/out	9h00-13h00
	17/nov	14h00-18h00
	18/dez	20h00-24h00
TVI	31/out	9h00-13h00
	17/nov	14h00-18h00
	18/dez	20h00-24h00
S+	17/out	9h00-13h00
	19/out	14h00-18h00
	22/out	20h00-24h00

Com recurso ao software Nugen Audio Vism-H, certificado pela norma ITU-R BS. 1770, e a recomendação R128 da EBU, aferiu-se o grau de cumprimento da recomendação supra nos eventos analisados (nível adequado de sensação de intensidade auditiva = -23 LUFS).

A análise do sinal do áudio foi desenvolvida em duas fases:

- i) Separação da programação em diferentes eventos. Foram extraídos os intervalos publicitários entre cada programa, os quais foram agrupados num bloco, resultando em espaços de programas e de publicidade em blocos, transmitidos durante o período em análise;
- ii) Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa Nugen Audio Vism-H, obtendo-se o valor global em LUFS para cada evento determinado.

5.1.1. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra identificada e atendendo aos eventos analisados, em 2022, apuraram-se os resultados constantes da Figura 6.

FIG.6 – RESULTADOS DA AVALIAÇÃO DO VOLUME SONORO-2022

Serviço de programas	Evento	1.º Trimestre		2.º Trimestre		3.º Trimestre		LUFS	Nível sonoro
		LUFS	Nível sonoro	LUFS	LUFS	LUFS	Nível sonoro		
Sportv 5	Programação	-22,7	Adequado						
	Autopromoção	-23,5	Adequado						
Casa Cozinha	Programação	-22,4	Adequado						
	Autopromoção	-23,7	Adequado						
Porto Canal	Programação	-23,1	Adequado						
	Autopromoção	-23,1	Adequado						
	Publicidade	-22,4	Adequado						
Sport TV 1	Programação			-23,2	Adequado				
	Autopromoção			-22,9	Adequado				
	Publicidade			-22,5	Adequado				
Benfica TV	Programação			-22,4	Adequado				
	Autopromoção			-23,2	Adequado				
	Publicidade			-22,8	Adequado				
RTP1	Programação			-23,1	Adequado			-23,2	Adequado
	Autopromoção			-23	Adequado			-23	Adequado
	Publicidade			-23	Adequado			-23,1	Adequado
SIC	Programação			-22,6	Adequado			-22,5	Adequado
	Autopromoção			-22,6	Adequado			-22,6	Adequado
	Publicidade			-22,6	Adequado			-22,6	Adequado
SIC Caras	Programação	-22,7	Adequado			-22,6	Adequado		
	Autopromoção	-23,5	Adequado			-22,6	Adequado		
TVI	Programação			-22,5	Adequado			-22,4	Adequado
	Autopromoção			-22,6	Adequado			-22,5	Adequado
	Publicidade			-22,5	Adequado			-22,5	Adequado
TVI Ficção	Programação			-22,5	Adequado				
	Autopromoção			-22,5	Adequado				
	Publicidade			-22,9	Adequado				
S+	Programação							-22,5	Adequado
	Autopromoção							-22,6	Adequado

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, os valores integrados de intensidade auditiva para cada evento determinado, nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas acima identificados registaram níveis de volume sonoro adequados ($- 23$ LUFS, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1.

5.1.2. SÍNTESE

Em 2022, foram medidos pela ERC os níveis do volume sonoro de 12 (doze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações, entre os programas, os blocos publicitários e as autopromoções, pelo que podemos concluir que os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se adequados (-23 LUFS, ± 1 LU).



6. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

6.1. TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na Figura 7 são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, em 2022.

FIG.7 – TEMPO DE EMISSÃO E PERCENTAGEM DEDICADA AOS INTERVALOS -2022

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1836	21,0%
RTP2	8760	261	3,0%
SIC	8760	2198	25,1%
TVI	8760	2193	25,0%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A SIC registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 25,1 % da emissão do serviço, seguindo-se a TVI, com 25 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, apenas 21 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 3 %.

De referir que os resultados da RTP1 e da RTP2 refletem a limitação mais restritiva a que estão sujeitos estes serviços, nos termos impostos pelo n.º 1 da cláusula 23.ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, que prevê que a RTP1 apenas possa emitir seis minutos por hora de publicidade comercial. Esta é totalmente proibida na RTP2, pelo que a composição dos intervalos é predominantemente constituída por autopromoções, patrocínios e publicidade institucional.

6.2. TEMPO DEDICADO ÀS DIVERSAS MENSAGENS QUE COMPÕEM OS INTERVALOS – RTP1, SIC E TVI

Realizou-se uma análise global com os tempos das principais comunicações comerciais audiovisuais que não integram a tradicional publicidade televisiva e tevenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2022, conforme demonstrado na Figura 8.

FIG. 8 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (EM %) – 2022

Serviços de programas	Autop.	Patrocínios	Mensagens gratuitas	Outras Mensagens	Pub. comercial	TOTAL
RTP1	11,3%	2,3%	3,9%	0,8%	80,7%	100,0%
RTP2	64,8%	1,1%	30,7%	2,3%	0,0%	100,0%
SIC	11,9%	5,6%	1,4%	0,3%	78,8%	100,0%
TVI	7,1%	3,6%	0,8%	0,2%	87,1%	100,0%

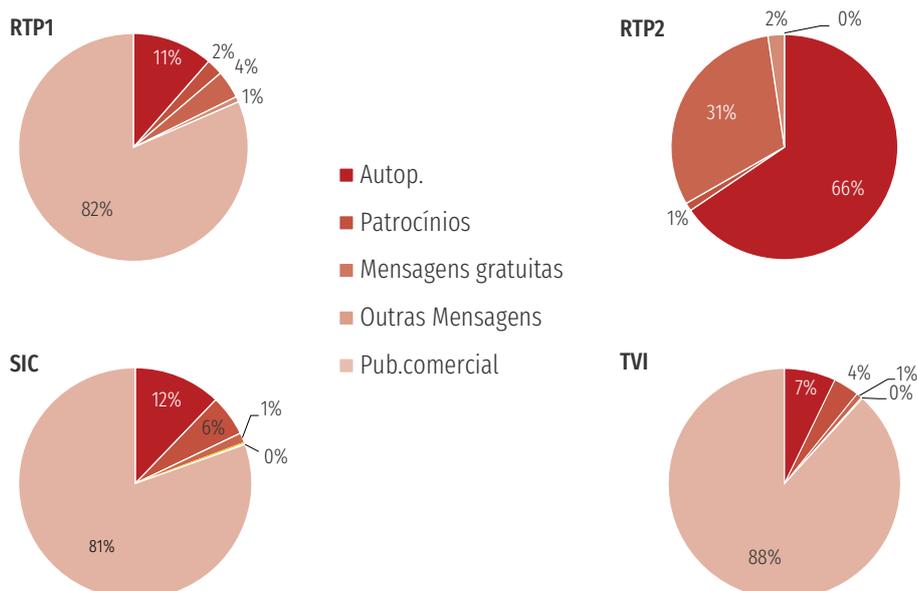
Fonte: YUMI/ Mediamonitor

Nos três serviços de programas, RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas por publicidade comercial com tempo total anual superior a 80 %. Já no que se refere às autopromoções, a maior presença regista-se na RTP2, dado ao serviço de programas não poder ter publicidade comercial, com 64,8 %, seguidas da SIC, com 11,9 %, da RTP1, com 11,3 %, e da TVI, com 7,1 %.

Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC apresenta a maior percentagem, com 5,6 %.

As designadas “Mensagens Gratuitas” encontram maior expressão na RTP2, com 30,7 %, e a RTP1, com 3,9 %, o que decorre da sua missão específica de serviço público. O mesmo sucede para “Outras Mensagens”, onde a RTP2 atinge maior percentagem, 2,3 %, seguida pela RTP1, com 0,8 %.

FIG.9 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (%) -2022



Atendendo a que as mensagens supra referidas são objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, nos termos do artigo 41.º-C, da LTSAP, verifica-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial, que representou na RTP1, SIC e TVI um percentual muito semelhante face ao registado em 2021.

FIG. 10 - TEMPO DE EMISSÃO E BLOCOS DE TELEVENDA (EM H) – 2022			
Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	(%)
RTP1	8760	754	8,6%
SIC	8760	344	3,9%
TVI	8760	560	6,4%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A RTP1 registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com blocos de televenda, o que corresponde a 8,6 % do tempo de emissão, seguida da TVI, com 6,4 %, e, por último, a SIC, com 3,9%.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS



1. VISÃO GLOBAL

O Plano Plurianual (Plano) prevê as obrigações de acessibilidade das emissões para os serviços de programas dos operadores de televisão de serviço público e para os operadores privados, com serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre e serviços generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, sob jurisdição do Estado português.

O Plano, aprovado pela Deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro, que deveria entrar em vigor a 1 de janeiro de 2022, esteve com efeitos suspensos na sequência de uma ação administrativa de impugnação e da concomitante providência cautelar de suspensão de eficácia da Deliberação da ERC, promovida pelos operadores abrangidos pelas obrigações.

Dadas as circunstâncias, o Plano não foi aplicado até à aprovação da sua alteração, o que se concretizou através da Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto de 2022, condicionando o período de verificação e fiscalização desta matéria por parte da ERC.

Assim, o presente relatório circunscreve-se à análise do último trimestre de 2022, que incidiu sobre uma amostra de três semanas de emissões em matéria de legendagem trabalhada e em direto e língua gestual portuguesa e do universo do trimestre ao nível da audiodescrição.

Verificou-se que o operador de serviço público cumpriu as obrigações na RTP1 e na RTP2 quanto a legendagem trabalhada, no entanto não foram atingidas as 15 horas de legendagem em direto previstas no Plano.

Na RTP3 não foi emitida programação com legendagem em direto e apenas em uma das três semanas da amostra analisada foi usada a legendagem trabalhada.

Na RTP Madeira e RTP Açores não foi utilizada legendagem, apesar de tal obrigação estar prevista no Plano em vigor.

Nos serviços de programas temáticos de informação Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN não foi cumprido o dever de emitir programas com legendagem trabalhada.

Relativamente à obrigação de interpretação em língua gestual portuguesa, verifica-se o seu cumprimento na generalidade dos serviços abrangidos. Apenas a CMTV não atingiu o mínimo de seis horas exigido.

Nos serviços de programas do operador público a dimensão da janela de ILGP não se ajusta ao mínimo previsto no atual Plano, o mesmo acontecendo no Porto Canal.

O número de horas de programação acompanhada de audiodescrição foi cumprido, com destaque para os serviços RTP1 e TVI, que ultrapassaram largamente o mínimo exigido.

2. ENQUADRAMENTO

A Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante designada por LTSAP, determina nos números 1 a 3, do artigo 34.º-A, o seguinte:

«1- Os operadores de televisão e de serviços audiovisuais a pedido têm obrigação de tornar os serviços de comunicação social audiovisual por si fornecidos contínua progressivamente mais acessíveis às pessoas com necessidades especiais.

2- Para efeitos do disposto no número anterior, a ERC define, com base num plano plurianual que preveja o aumento gradual dos padrões de acessibilidade, o conjunto de obrigações dos operadores de televisão e de serviços audiovisuais a pedido relativas às acessibilidades dos serviços de comunicação audiovisual por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente, e atenta a natureza do serviço, o recurso à legendagem, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa à audiodescrição, à utilização da língua portuguesa falada ou a outras técnicas que se revelem adequadas (...)».

O n.º 3 do mesmo artigo acrescenta ainda que, «na preparação do plano a que se refere o número anterior, a ERC:

- a) Ouve o Instituto Nacional para a Reabilitação, I.P., as demais entidades representativas das pessoas com deficiência, os operadores de televisão e os operadores de serviço audiovisuais a pedido;
- b) Tem em conta as condições técnicas e de mercado».

Importa referir que 2022 foi um ano excecional em matéria de acompanhamento das acessibilidades na televisão, pelas seguintes circunstâncias:

Deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro - a ERC aprova o plano plurianual (doravante Plano), que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, o qual entraria em vigor a 1 de janeiro de 2022.

Os operadores abrangidos pelas obrigações - RTP, SIC, TVI e Cofina -, promoveram uma ação administrativa de impugnação e a concomitante providência cautelar de suspensão de eficácia da referida Deliberação da ERC, propondo alterações ao Plano.

Nessa sequência, o Plano foi suspenso até à aprovação da sua alteração, o que se concretizou através da Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto de 2022.

Dado o exposto, o presente relatório analisa os dados de uma amostra de três semanas (40, 46 e 50) do 4.º trimestre de 2022, face às exigências previstas no Plano atualmente em vigor, quanto ao uso da Legendagem, Língua Gestual Portuguesa e do universo do trimestre quanto à audiodescrição.

FIG. 1 – PLANO PLURIANUAL (PERÍODO DE 1 DE JANEIRO DE 2022 A 31 DE DEZEMBRO DE 2023)

Obrigações do operador de serviço público

RTP1

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada -25h semanais;
- LEG em direto - 25h semanais;
- LGP - 17h semanais - **serviço noticioso noturno por semana com janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6;
- AUD -20h por trimestre.

RTP2

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada -25h semanais;
- LEG em direto - 15h semanais;
- LGP-14h semanais, incluindo **um serviço noticioso noturno integral** /semana com **janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6;
- AUD - 6h por trimestre.

RTP3

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada -2h semanais ou
- LEG em direto - 4h semanais;
- LGP - 10h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação **integral de dois dos serviços** noticiosos/semana **janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6.

RTP Madeira e RTP Açores

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada - 2h semanais ou LEG programação em direto-4h semanais;
- LGP - 10h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação **integral de um dos serviços noticiosos**/semana com **janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6.

Obrigações dos operadores privados - serviços de programas de acesso não condicionado livre

SIC e TVI

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada - 20h semanais;
- LGP - 10h semanais, incluindo a interpretação **integral de um serviço noticioso** noturno/semana (**janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6).
- AUD - 5h por trimestre.

Obrigações dos operadores privados - serviços generalistas e temáticos de informação de acesso não condicionado com assinatura

CMTV, Porto Canal, SIC Notícias, CNN PORTUGAL

(60 % - 08/00h)

- LEG trabalhada - 2h semanais ou LEG programação em direto-4h semanais;
- LGP - 6h semanais de programas de natureza informativa, incluindo a interpretação **integral de um dos serviços noticiosos**/semana com **janela** de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, mas recomendável 1/6.

3. LEGENDAGEM (LEG)

3.1. Operador de serviço público Serviços de programas RTP1/RTP2/RTP3

No serviço de programas RTP1 foram cumpridas as obrigações de legendagem, tendo sido ultrapassado o número mínimo de horas (25h) exigido no Plano, quer na legendagem trabalhada quer em direto.

No que respeita à RTP2 constata-se que também foram excedidas as horas mínimas exigidas para a legendagem trabalhada.

Quanto à legendagem em direto emitida neste serviço, verificou-se que esta ficou aquém das 15 horas de programação, mínimo indicado no Plano.

O serviço temático de informação RTP3 não emitiu qualquer programação com legendagem em direto.

Neste serviço apenas foram emitidos programas com legendagem trabalhada em uma das semanas da amostra, a semana 50, não tendo ainda assim atingido as duas horas exigidas no Plano.

O Plano prevê ainda que o operador deve emitir, pelo menos, duas horas de legendagem trabalhada e quatro horas de legendagem em direto, por semana, nos serviços RTP Madeira e RTP Açores.

Verificou-se, contudo, que, no período da amostra, o operador ainda não emitiu programação acompanhada de legendagem (trabalhada ou em direto) nos serviços RTP Madeira e RTP Açores.

FIG. 2 – LEGENDAGEM - OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO

Obrigações	LEG	25h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP1	Semana 40	31:09:23	20:30:14 82,0%	10:39:09
	Semana 46	30:20:03	20:39:05 82,6%	9:40:58
	Semana 50	25:10:23	16:30:53 66,1%	8:39:30
Obrigações	LEG em Direto	25h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP1	Semana 40	36:32:00	29:46:30 119,1%	6:45:30
	Semana 46	39:36:24	32:31:23 130,1%	7:05:01
	Semana 50	36:01:10	29:20:22 117,4%	6:40:48
Obrigações	LEG	25h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP2	Semana 40	47:38:04	43:25:05 173,7%	4:12:59
	Semana 46	32:39:44	27:47:27 111,2%	4:52:17
	Semana 50	42:44:38	37:50:08 151,3%	4:54:30

Obrigações	LEG em Direto	15h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP2	Semana 40	8:39:28	8:39:28 57,7%	0:00:00
	Semana 46	7:35:11	7:35:11 50,6%	0:00:00
	Semana 50	8:24:48	8:24:48 56,1%	0:00:00
Obrigações	LEG	2h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP3	Semana 50	1:11:49	1:11:49 59,8%	0:00:00

3.2. Operadores privados

Serviços de programas generalistas SIC/TVI

Relativamente aos serviços de programas generalistas SIC e TVI constata-se que cumpriram plenamente a obrigação de legendagem de programas, tendo ultrapassado o mínimo de 20 horas exigido.

FIG. 3 – LEGENDAGEM - OPERADORES PRIVADOS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

Obrigações	LEG	20h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
SIC	Semana 40	24:40:33	16:35:03 82,9%	08:05:30
	Semana 46	26:23:57	18:31:04 92,6%	07:52:53
	Semana 50	22:53:11	13:03:47 65,3%	09:49:24
TVI	Semana 40	27:13:54	14:09:28 70,8%	13:04:26
	Semana 46	29:31:34	15:28:31 77,4%	14:03:03
	Semana 50	24:12:30	13:08:30 65,7%	11:04:00

3.3. Serviços de programas generalistas e temáticos de informação Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN

Os serviços de programas temáticos de informação Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN estão sujeitos à obrigação de fazer acompanhar **duas horas semanais de programas com legendagem trabalhada**, dever que não existia no anterior Plano.

Nas semanas da amostra do 4.º trimestre de 2022, constatou-se que ainda não estavam a ser emitidos programas acompanhados desta acessibilidade.

4. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA (LGP)

4.1. Operador de serviço público Serviços de programas - RTP1/RTP2/RTP3/RTP Madeira /RTP Açores

O operador cumpre as obrigações constantes do Plano em matéria de acompanhamento da emissão com interpretação em língua gestual portuguesa, ultrapassando o número de horas exigido.

Todavia, o operador ainda não adequou a dimensão da janela de ILGP à nova exigência do atual Plano, que passou a ser de 1/15, mantendo-se ainda na proporção de 1/16.

FIG. 4 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO				
Obrigações	LGP	17h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP1	Semana 40	54:53:50	46:39:36 274,5%	8:14:14
	Semana 46	62:49:08	52:32:09 309,0%	10:16:59
	Semana 50	62:11:34	53:50:57 316,8%	8:20:37
Obrigações	LGP	14h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP2	Semana 40	23:17:36	16:24:19 117,2%	6:53:17
	Semana 46	22:09:50	15:21:25 109,7%	6:48:25
	Semana 50	22:37:57	16:02:46 114,6%	6:35:11
Obrigações	LGP	10h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP3	Semana 40	33:37:30	19:37:33 196,3%	13:59:57
	Semana 46	31:40:09	17:29:43 175,0%	14:10:26
	Semana 50	30:31:36	16:42:02 167,0%	13:49:34
RTP Madeira	Semana 40	39:23:20	21:38:09 216,4%	17:45:11
	Semana 46	38:12:58	20:29:10 204,9%	17:43:48
	Semana 50	36:30:44	18:52:32 188,8%	17:38:12
RTP Açores	Semana 40	21:06:29	11:21:25 113,57%	09:45:04
	Semana 46	22:14:35	11:54:33 119,1%	10:20:02
	Semana 50	20:38:19	10:12:18 102,1%	10:26:01

4.2. Operadores privados

Serviços de programas generalistas - SIC/TVI

Os operadores privados SIC e TVI cumprem plenamente as obrigações constantes do Plano, excedendo, em todas as semanas da amostra, o mínimo de horas de emissão com interpretação em língua gestual portuguesa.

Salienta-se ainda que estes operadores ajustaram a dimensão da janela de ILGP que evoluiu da dimensão de 1/16 para 1/15 do ecrã, mínimo previsto no Plano.

FIG. 5 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – PRIVADOS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE				
Obrigações	LGP	10h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
SIC	Semana 40	34:25:06	31:21:34 313,6%	3:03:32
	Semana 46	34:16:04	31:02:42 310,5%	3:13:22
	Semana 50	34:15:20	30:21:15 303,5%	3:54:05
TVI	Semana 40	21:19:43	21:19:43 213,3%	0:00:00
	Semana 46	23:33:39	23:33:39 235,6%	0:00:00
	Semana 50	29:47:09	29:47:09 297,9%	0:00:00

4.3. Serviços de programas temáticos de informação

- Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN PORTUGAL

Nos serviços de programas **Porto Canal, SIC Notícias e CNN PORTUGAL** foram cumpridas as obrigações do Plano, tendo sido ultrapassado, em todas as semanas da amostra, o mínimo de horas de emissão com interpretação em língua gestual portuguesa.

Apenas na emissão da CMTV se verificou que não foi cumprido o mínimo de seis horas previstas no Plano, no entanto foram transmitidas mais de três horas por semana de programas acompanhados por esta acessibilidade.

FIG. 6 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – PRIVADOS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA				
Obrigações	LGP	6h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
PORTO CANAL	Semana 40	11:58:30	10:13:59 170,6%	01:44:31
	Semana 46	21:35:23	18:51:13 314,2%	2:44:10
	Semana 50	12:59:09	12:59:09 216,4%	0:00:00

FIG. 6 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – PRIVADOS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA

Obrigações	LGP	6h / semana	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
CMTV	Semana 40	5:02:44	5:02:44 84,1%	00:00:00
	Semana 46	5:36:45	5:36:45 93,5%	0:00:00
	Semana 50	5:31:22	5:31:22 92,0%	0:00:00
SIC NOTÍCIAS	Semana 40	7:08:47	6:18:58 105,3%	00:49:49
	Semana 46	6:43:57	5:44:19 95,6%	0:59:38
	Semana 50	6:47:17	6:14:25 104,0%	0:32:52
CNN PORTUGAL	Semana 40	7:49:58	7:49:58 130,5%	00:00:00
	Semana 46	6:15:07	6:15:07 104,2%	00:00:00
	Semana 50	6:00:05	6:00:05 100,0%	0:00:00

5. AUDIODESCRIÇÃO (AUD)

O recurso à audiodescrição nos programas é uma obrigação que abrange os serviços de programas generalistas - RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Analisada a emissão da amostra do 4.º trimestre de 2022, conclui-se que foi plenamente cumprido o número de horas previsto no Plano, o qual foi expressivamente ultrapassado nos casos da RTP1 e da TVI.

Os programas que beneficiaram da ferramenta de audiodescrição integram-se nas tipologias de ficção (séries e telefilmes), documentários e programas religiosos.

FIG. 7 – AUDIODESCRIÇÃO – PÚBLICOS E PRIVADOS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

Obrigações	AUD	20h /trimestre	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP1	4.º Trimestre	40:00:27	21:46:29 108,9%	18:13:58
Obrigações	AUD	6h /trimestre	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
RTP2	4.º Trimestre	07:36:56	05:21:30 89,3%	02:15:26

Obrigações	AUD	5h /trimestre	08h-00h (mínimo 60%)	00h-08h
SIC	4.º Trimestre	5:09:53	5:09:53 103,3%	00:00:00
TVI	4.º Trimestre	30:35:39	22:21:23 447,1%	08:14:16

6. PLANOS DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Na sequência da suspensão dos efeitos do Plano foi comunicado aos operadores de serviços audiovisuais a pedido, em reunião realizada no final de 2022, que as obrigações decorrentes da parte III. do Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro, alterada pela Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto, se encontram em execução desde o último trimestre de 2022.

Pelo disposto, os operadores de serviços audiovisuais a pedido abrangidos pelo cumprimento das obrigações constantes do Plano, terão de comunicar à ERC os planos relativos à incorporação de ferramentas de acessibilidades em catálogo até ao final de janeiro de 2023, pelo que não constam dados dos serviços audiovisuais a pedidos no relatório de 2022.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS - DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA



1. VISÃO GLOBAL

A Lei da Televisão alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que entrou em vigor a 17 de fevereiro de 2021, não introduziu alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe 'Defesa da língua portuguesa'.

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

A avaliação do cumprimento das percentagens de difusão de programas originariamente em língua portuguesa é efetuada anualmente, tendo por base a informação trimestral prestada no Portal de televisão da ERC pelos operadores sob jurisdição nacional em relação a cada um dos seus serviços de programas televisivos.

Em 2022, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2021. No operador de serviço público, no serviço de programas RTP2, em 2022, apenas se denota o incumprimento do n.º 3 do artigo 44.º Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, na quota relativa à difusão de obras criativas originariamente em língua portuguesa. Uma vez que foram abertos processos contraordenacionais pelo desrespeito dos n.ºs 2 e 3 do artigo 44.º em 2020 e 2021 pelo operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., no serviço de programas RTP2 e que o referido serviço de programas já deu cumprimento ao n.º 2 do artigo 44.º, revelando no primeiro trimestre de 2023 uma aproximação à quota de 20 % no que concerne à difusão de obras criativas, relevou-se o incumprimento registado em 2022.

Denota-se ainda que o operador Canalvisão não deu cumprimento ao n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP «Os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com modelo por ela definido, todos os elementos necessários para o exercício

da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º», pelo que, tratando-se de uma obrigação anual, será proposta a abertura de processo contraordenacional.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas de temáticos de entretenimento do operador SIC – SIC Mulher e SIC Caras. À exceção do TVCine Top, os restantes serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS também baixaram a percentagem de difusão de obras em língua portuguesa, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte-americana.

Relativamente às obras criativas, registaram-se descidas na generalidade dos serviços do operador SIC e em todos os serviços de programas do operador TVI, os quais, ainda assim, ultrapassam a quota de 20 %, à exceção da CNN Portugal, atendível pela temática se centrar numa programação de informação.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

2.1. DEFINIÇÕES

- i) **Programas originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa;
- ii) **Programas originários de outros países lusófonos** – Programas produzidos originariamente em língua portuguesa e provenientes de países lusófonos que não Portugal (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor);
- iii) **Obra criativa** – «A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação (...), longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, telefilmes e séries televisivas (...), reportagens televisivas, programas didáticos, musicais, artísticos e culturais, desde que passíveis de proteção pelo direito de autor» (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).

2.2. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

As percentagens legalmente fixadas para a difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa estão previstas no artigo 44.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação atual (LTSAP).

Nos termos do n.º 2 do referido normativo «os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa».

Os serviços de programas devem dedicar pelo menos 20 % do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º, da LTSAP), sendo contabilizadas apenas as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas (n.º 4, do artigo 44.º, da LTSAP).

Para as percentagens referidas podem contribuir programas originários de outros países lusófonos que não Portugal, numa percentagem não superior a 25 %, de acordo com o n.º 5 do mesmo artigo.

3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2022, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional, são cotejados com o ano de 2021 de forma a se aferir a evolução, em pontos percentuais, dos diversos serviços dos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Na presente análise assinala-se que, quer os serviços de programas de âmbito internacional quer de âmbito regional, não estão sujeitos ao cumprimento do disposto no artigo 44.º da LTSAP. Contudo, tendo alguns operadores disponibilizado os dados dos serviços com cobertura internacional e regional, estes foram analisados apenas para efeitos estatísticos.

Mais se refere que, na análise de 2022, não foram incluídos os serviços de programas Azores TV e UNIFÉ TV, uma vez que só iniciaram emissões no terceiro trimestre de 2022.

Assim, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais três são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que, em 2022, o serviço de programas Localvisão não deu cumprimento ao artigo 49.º da LTSAP que dispõe «1 - Os operadores de televisão e os operadores de serviços audiovisuais a pedido estão obrigados a prestar trimestralmente à Entidade Reguladora para a Comunicação Social, de acordo com modelo por ela definido, todos os elementos necessários para o exercício da fiscalização do cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º.»

Pela leitura da Figura 1, verifica-se que as descidas mais significativas, nas obras em língua portuguesa, ocorreram nos serviços de cinema do operador NOS e nos temáticos de entretenimento do operador SIC: SIC Caras e SIC Mulher. A percentagem de programas originariamente em língua portuguesa continua a descer na generalidade dos serviços de programas do operador SPORT TV, o que reflete as alterações de programação e nomeadamente a aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Relativamente às obras criativas, assinala-se a descida no operador RTP, RTP2 que continua a não cumprir a quota de 20 %. Denota-se ainda que os serviços de programas de desporto e informação, pelas características da temática, registam uma percentagem residual ou inexistente.

À exceção da RTP2, os serviços de programas generalistas de acesso condicionado livre - RTP1, SIC e TVI e de acesso não condicionado com assinatura - Porto Canal e CMTV cumprem a generalidade de obrigações de difusão de obras audiovisuais - defesa língua portuguesa.

FIG. 1 - PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Operadores	Serviços de programas	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
		2021	2022	Var.21/22	2021	2022	Var.21/22
RTP	RTP1	83,9	87,0	▲	40,6	43,4	▲
	RTP2	48,9	53,3	▲	15,7	15,6	▼
	RTP 3	94,1	96,2	▲	11,8	11,2	▼
	RTP Internacional**	95,4	95,8	▲	45,0	45,5	▲
	RTP África	98,3	99,1	▲	44,7	41,5	▼
	RTP Memória	82,3	77,6	▼	40,6	41,3	▲
	RTP Madeira*	96,3	97,7	▲	19,4	19,2	▼
	RTP Açores*	97,4	97,5	▲	50,7	46,9	▼
SIC	SIC	93,0	95,8	▲	65,4	66,9	▲
	SIC Radical	36,8	43,2	▲	23,5	21,1	▼
	SIC Mulher	13,1	10,6	▼	7,3	6,0	▼
	SIC K	0,3	9,6	▲	0,2	2,1	▲
	SIC Notícias	93,3	94,6	▲	6,8	3,0	▼
	SIC Caras	40,7	37,8	▼	31,5	28,2	▼
TVI	TVI	89,8	93,4	▲	44,4	44,2	▼
	CNN Portugal	97,2	96,2	▼	4,3	1,6	▼
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	45,3	38,8	▼
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,2	0,4	▲	0,1	0,1	=
	TVCine Edition	8,9	3,8	▼	2,1	0,4	▼
	TVCine Emotion	0,4	0,4	=	0,1	0,2	▲
	TVCine Action	0,3	0,1	▼	0,1	0,1	=
	NOS Studios	1,9	0,7	▼	0,3	0,0	▼
DREMIA	Canal Panda	1,5	0,2	▼	0,6	0,0	▼
	Biggs	8,1	8,3	▲	4,1	2,9	▼
	Panda Kids		0,0	=		0,0	=
	Hollywood	0,3	0,5	▲	0,0	0,2	▲
	Canal BLAST**	0,2	0,0	▼	0,0	0,0	=
	Casa e Cozinha	22,5	26,7	▲	0,8	2,2	▲
SPORT TV	Sport TV 1	42,8	40,6	▼	2,2	2,6	▲
	Sport TV 2	30,1	14,8	▼	0,9	0,9	=
	Sport TV 3	25,2	9,5	▼	1,5	2,1	▲
	Sport TV 4	8,5	9,8	▲	0,8	3,9	▲
	Sport TV 5	18,9	8,2	▼	1,7	1,0	▼
	Sport TV 6		11,9	▲		0,3	▲
	Sport TV África**	97,7	96,0	▼	15,6	17,9	▲
	Sport TV+	67,7	64,6	▼	31,3	23,4	▼
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	8,6	14,4	▲
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	99,9	99,9	=	24,0	23,6	▼
BENFICA TV	BTV1	99,9	99,9	=	5,1	4,5	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	10,6	8,0	▼	10,6	7,6	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	3,1	3,2	▲	1,9	2,6	▲
OSTV	Canal 180	52,9	73,6	▲	36,0	61,8	▲
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0		▼	0,0		=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	79,6	77,0	▼	14,1	11,0	▼
COFINA	Correio da Manhã TV	93,6	99,0	▲	36,8	42,9	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	89,2	80,2	▼
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	91,5	95,7	▲	47,6	57,9	▲
CANALIFE	S+	76,6	93,4	▲	0,5	0,2	▼

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

Sendo as percentagens previstas nos n.ºs 2 e 3 do artigo 44.º passíveis de ser preenchidas, até a um máximo de 25 % por programas originários de outros países lusófonos, efetuou-se uma análise dos serviços de programas de cobertura nacional, que incorporam programas de língua portuguesa originários de outros países lusófonos, tendo-se concluído pela diminuta percentagem de programas originalmente em língua portuguesa, cuja proveniência seja outro país lusófono, que não Portugal.

Contudo, salienta-se a incorporação de percentagens mais elevadas nos serviços de programas temáticos da SIC, à exceção da SIC Notícias, sendo a SIC generalista, o serviço de programas generalista com mais incorporação de programas de origem lusófona, que não Portugal, na emissão, para o que contribuem as telenovelas de origem brasileira.

Os serviços de programas de filmes e séries do operador NOS também preenchem a quota total de 25 % de programas de origem lusófona, quer na quota de programas originariamente em língua portuguesa, quer na de obras criativas. Contudo, temos que ver, nestes casos, a baixa inclusão de programas em língua portuguesa, pelo que o contributo de um filme será suficiente para o preenchimento da quota de 25 %.

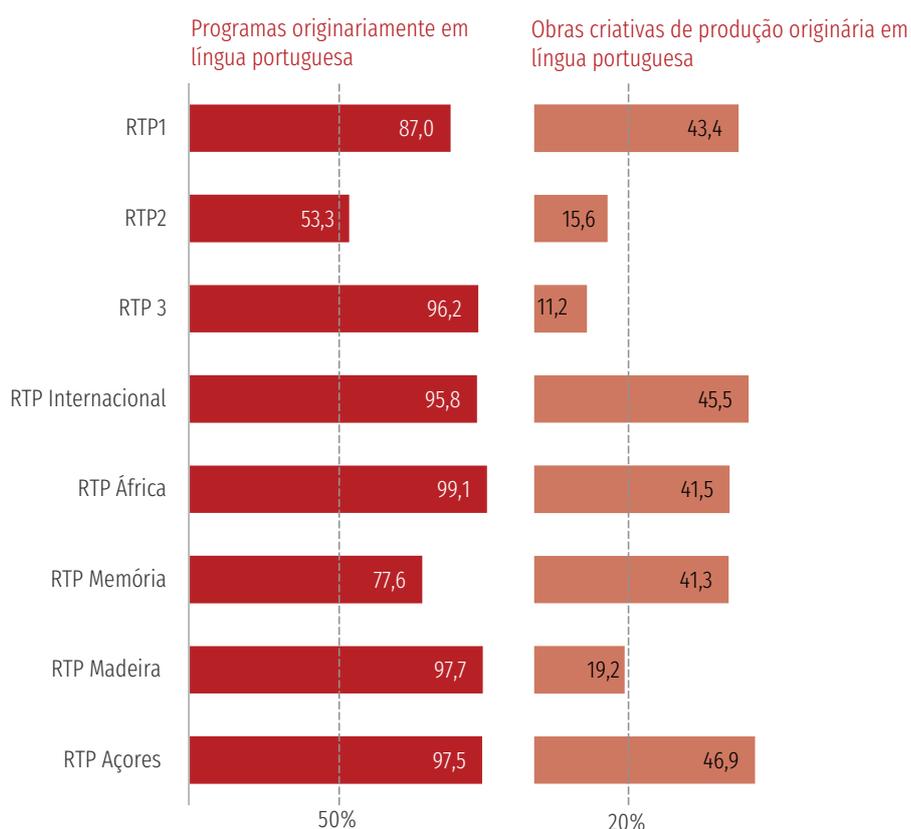
FIG. 2 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA, PROVENIENTES DE OUTROS PAÍSES LUSÓFONOS (%)

Operadores	Serviços de programas	LP	Criativos de LP	LP- % Origem Lusófona	Criativos de LP -% Origem Lusófona
RTP	RTP1	87,0	43,4	0,0	0,1
	RTP2	53,3	15,6	1,0	1,6
	RTP 3	96,2	11,2	0,0	0,2
	RTP África	99,1	41,5	6,0	13,4
	RTP Memória	77,6	41,3	0,1	0,3
SIC	SIC	95,8	66,9	7,5	10,7
	SIC Radical	43,2	21,1	7,4	15,2
	SIC Mulher	10,6	6,0	25,0	25,0
	SIC K	9,6	2,1	25,0	25,0
	SIC Caras	37,8	28,2	3,3	4,4
TVI	TVI	93,4	44,2	0,1	0,0
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,4	0,1	25,0	25,0
	TVCine Edition	3,8	0,4	25,0	25,0
	TVCine Emotion	0,4	0,2	25,0	25,0
	TVCine Action	0,1	0,1	25,0	25,0
DREMIA	Hollywood	0,5	0,2	19,7	25,0
SPORT TV	Sport TV 1	40,6	2,6	0,3	0,0
	Sport TV 2	14,8	0,9	0,5	0,0
	Sport TV+	64,6	23,4	0,1	0,0
FILMES HOTGOLD	Hot TV	8,0	7,6	18,6	19,5
CINEMUNDO	Cinemundo	3,2	2,6	22,9	25,0
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	77,0	11,0	0,2	1,3
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	95,7	57,9	1,2	1,7

4. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

RTP - Rádio e Televisão de Portugal

FIG. 3 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



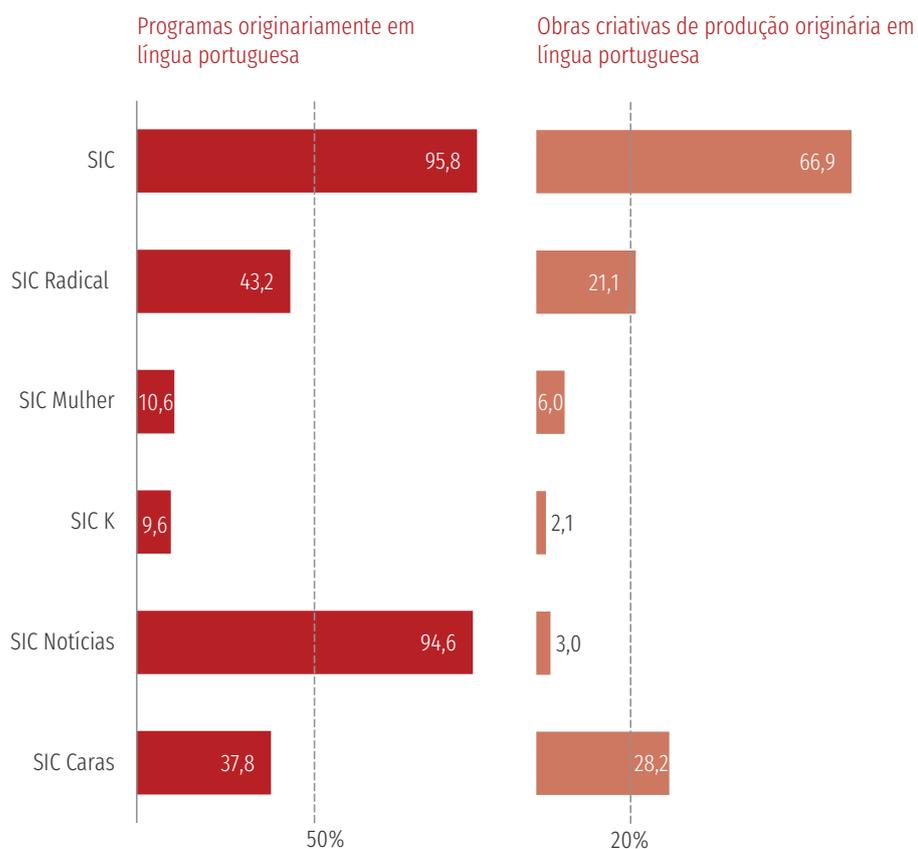
As emissões dos serviços de programas do operador RTP são predominantemente em língua portuguesa, pelo que se assinala o cumprimento das normas enunciadas. Assinala-se ainda que, após cinco anos, a RTP2 volta a atingir uma percentagem superior a 50 % de programas originariamente em língua portuguesa.

Em matéria de exibição de obras criativas, a RTP2 ainda não atinge a quota de 20 %. A RTP3 também se situa abaixo da quota mínima. Contudo, tratando-se de um serviço de programas temático de informação, atende-se às obrigações do operador em matéria de informação, que não se coadunam com programação de natureza criativa.

Assim como a RTP Madeira que, embora sendo um serviço de programas generalista, por ter âmbito regional, não se encontra obrigado ao cumprimento de quotas de difusão de obras audiovisuais.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

FIG. 4 – PROGRAMAS ORIGINALIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



O operador SIC cumpriu a percentagem de 50 % relativamente a programas originariamente em língua portuguesa, nos serviços de programas SIC e SIC Notícias.

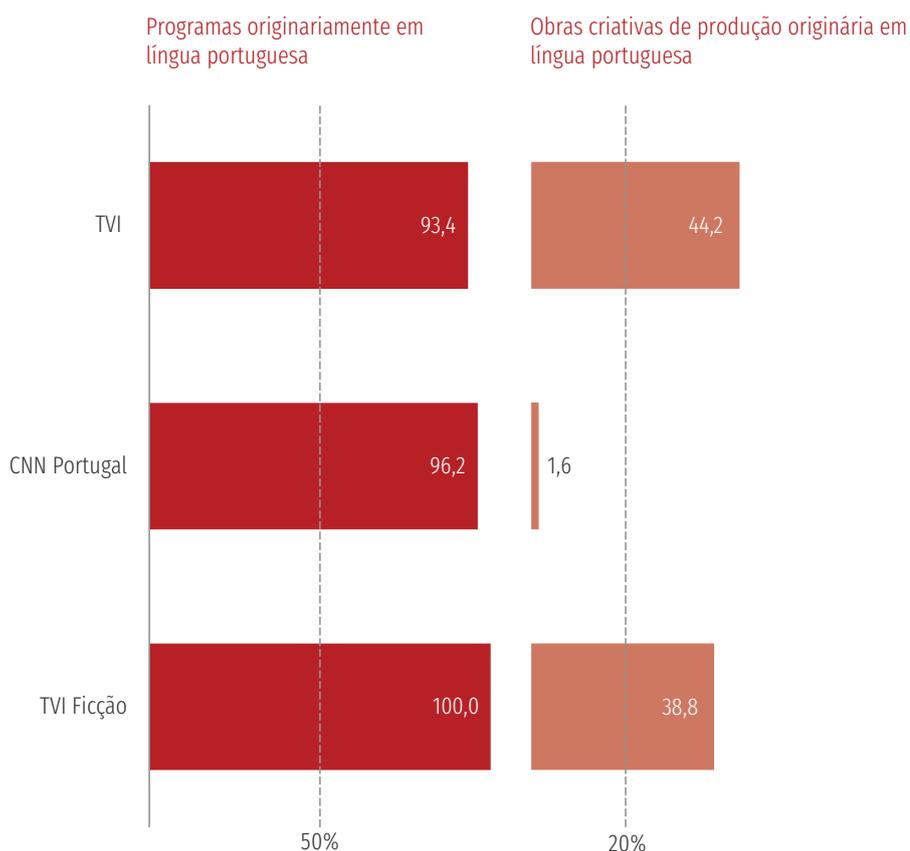
São de assinalar as descidas de produção originariamente em língua portuguesa nos serviços de programas SIC Mulher e SIC Radical, ainda assim, aquém da quota mínima.

No que se refere à difusão de obras criativas, os serviços SIC Mulher, SIC K e SIC Notícias não alcançaram a percentagem fixada.

Em 2022, assinala-se uma subida da SIC K na incorporação de obras em língua portuguesa na emissão.

TVI - Televisão Independente

FIG. 5 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)

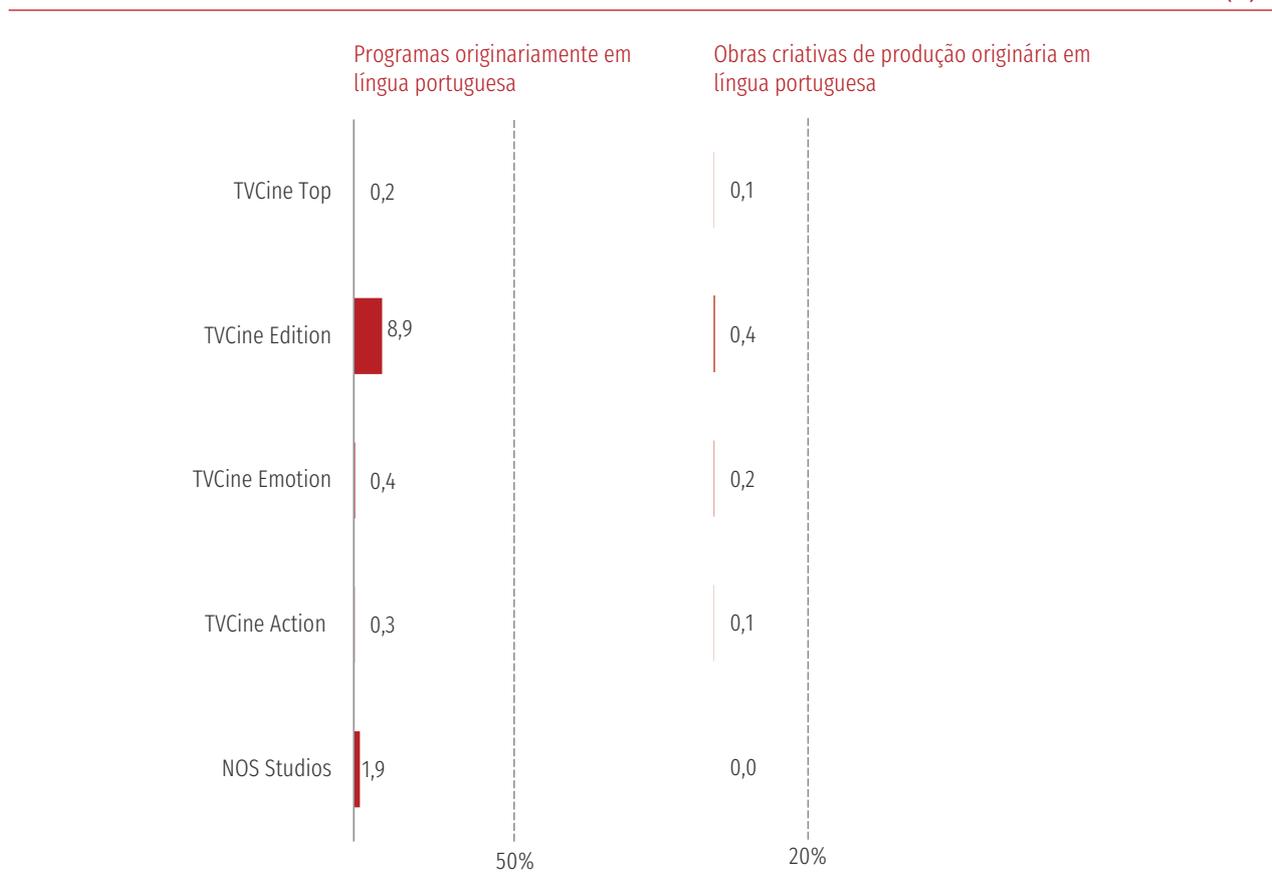


Os serviços de programas do operador TVI reservaram, em 2022, mais de 50 % do tempo de emissão dos seus serviços de programas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 93,4 %. Na TVI Ficção, a totalidade da emissão é composta por programas originariamente em língua portuguesa.

Relativamente a obras criativas, só o serviço de informação TVI24 não atingiu o valor fixado, dada a sua natureza temática. Já a TVI e a TVI Ficção obtiveram percentagens acima dos 38 %.

NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION

FIG. 6 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



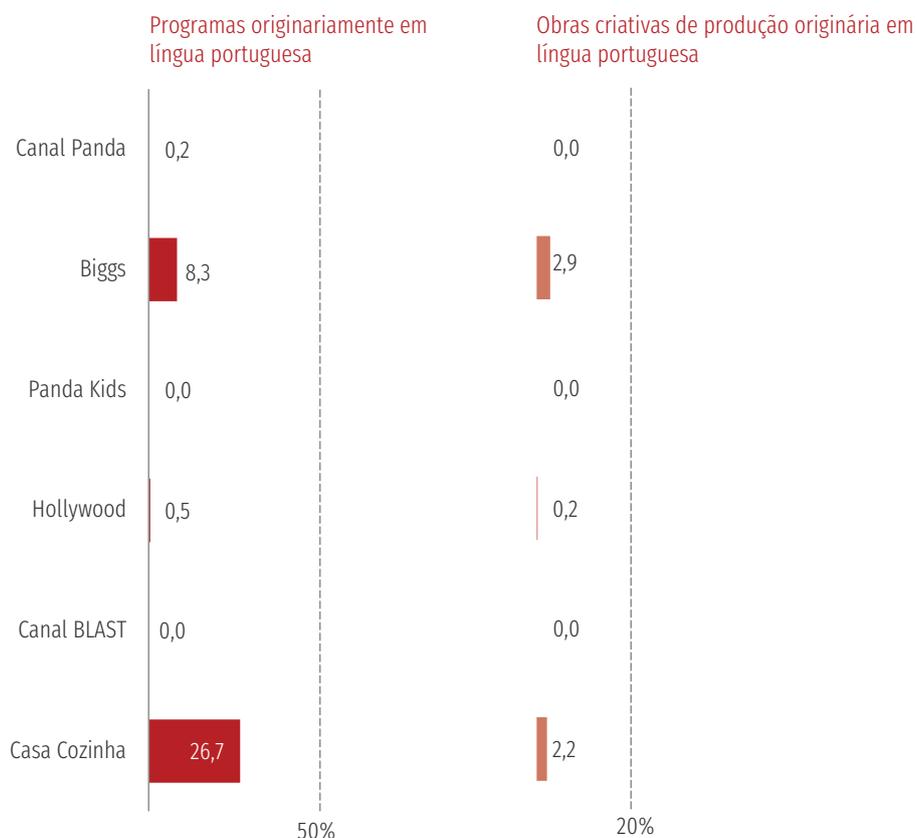
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION (NOS) incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, pelo que nenhum dos seus serviços deu cumprimento ao estipulado no normativo legal.

De assinalar que, na generalidade, os serviços do operador NOS desceram as percentagens previstas para obras em língua portuguesa e criativas, face a 2021. Assim, assinala-se o incumprimento da recomendação constante na Deliberação 10/OUT-TV/2011, de 1 de junho, segundo a qual o operador deveria «incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente».

Desta forma, ainda que se atenda aos critérios previstos no artigo 47.º da LTSAP, no qual se determina que, na avaliação do cumprimento das obrigações referidas nos artigos 44.º a 46.º, devem ser tidas em conta a natureza específica dos serviços de programas temáticos, os serviços deste operador continuam a não cumprir a Deliberação mencionada, tendo ao invés manifestado, nos últimos anos, oscilações mínimas de subidas e descidas.

DREAMIA

FIG. 7 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



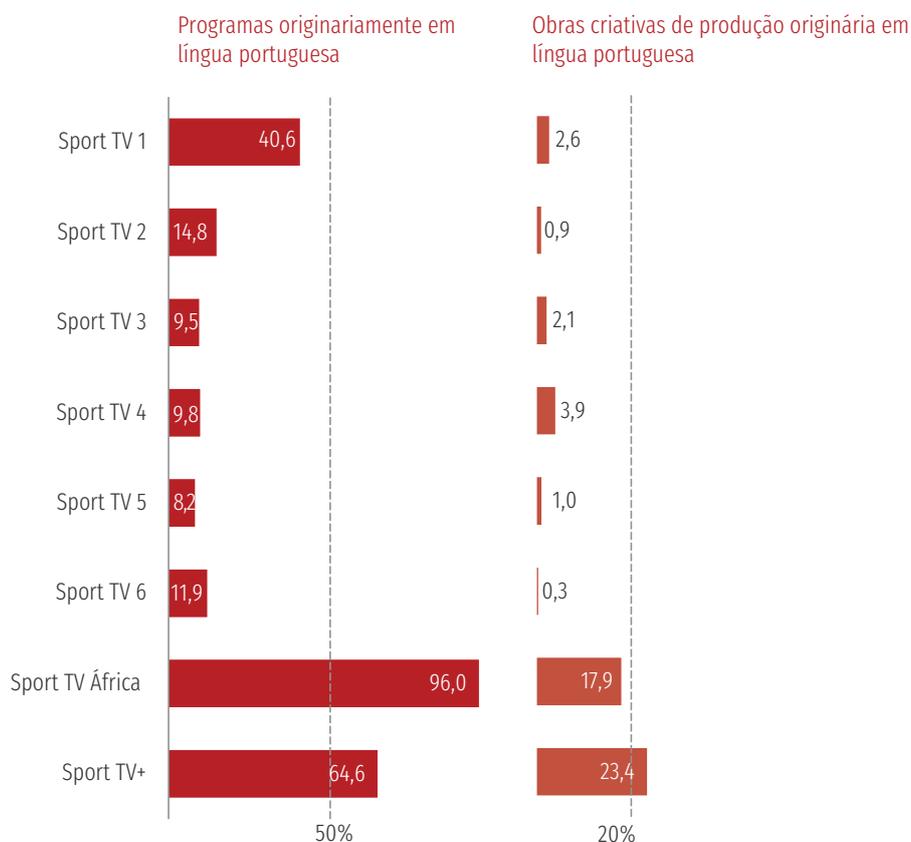
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA também se encontram em incumprimento generalizado do normativo legal. De assinalar que mesmo os serviços de programas que exibem programação originariamente em língua portuguesa esta já não é revertível na quota de obras criativas uma vez que já foram repetidas mais de cinco vezes.

Quanto ao serviço de programas Casa e Cozinha verifica-se que ainda se situa abaixo da quota de difusão de língua portuguesa, o que diverge do projeto de autorização onde se afirmava que o serviço de programas se distanciaria dos demais com a mesma temática disponibilizados em Portugal, por ter uma parte de componente de produção nacional. Embora se denote um crescimento dessa componente, tendo-se situado em 26,7 % da emissão, em 2022, ainda assim se encontra aquém dos 50 % previstos na quota de programas originariamente em língua portuguesa.



SPORT TV PORTUGAL, S.A.

FIG. 8 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



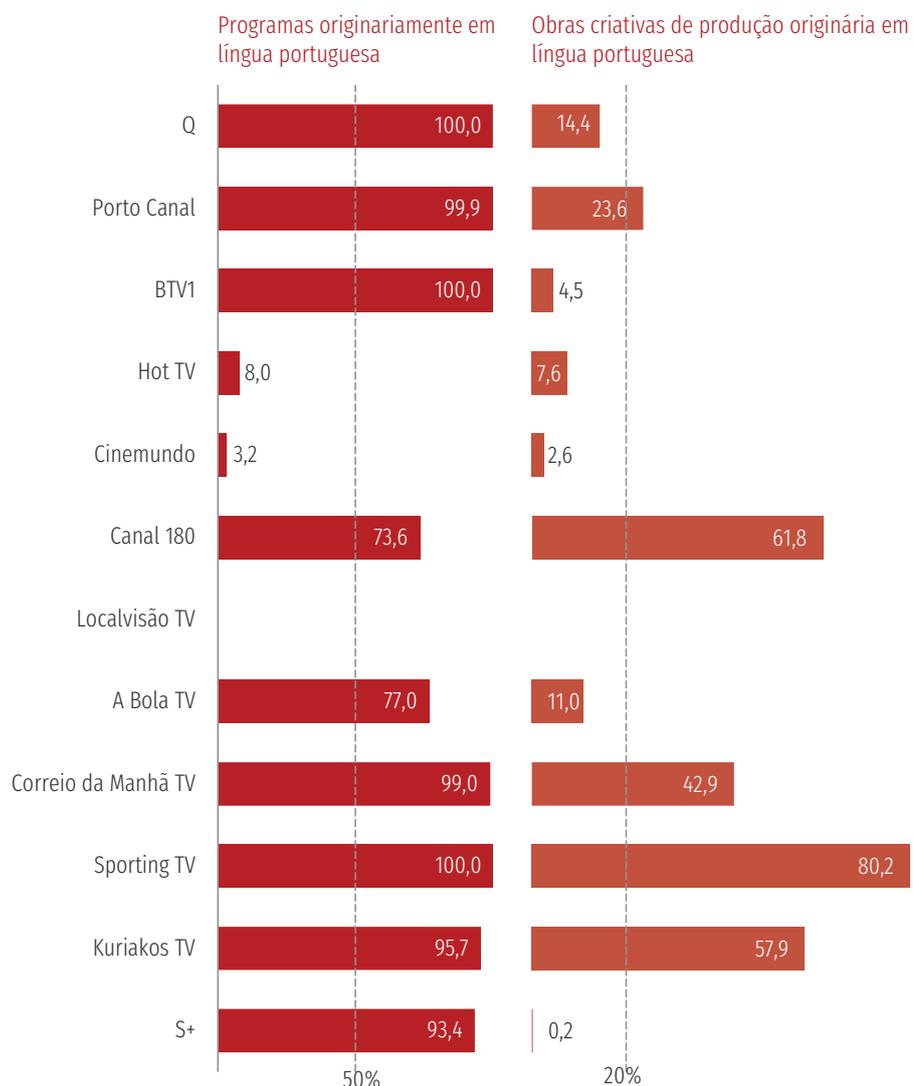
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50 % na difusão de programas em língua portuguesa na SPORT TV África1 e SPORT TV+. Nos restantes serviços, assistiu-se a descidas percentuais de programas originariamente em língua portuguesa, sendo as mais acentuadas nos serviços de programas SPORT TV1, SPOR TV2 e SPORT TV3.

Já no que se refere à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, apenas o serviço de programas temático SPORT TV+ atinge um valor superior a 20 %.

Na avaliação do cumprimento desta quota deverá considerar-se o critério de aplicação previsto no artigo 47.º da LTSAP, tendo em conta a natureza específica dos serviços de programas de temática desportiva, cuja grelha de programação é constituída essencialmente por transmissões de eventos desportivos e programas de informação relacionados com desporto. O serviço de âmbito internacional, SPORT TV África1, está isento do cumprimento destas quotas.

Outros serviços de programas de televisão

FIG. 9 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



Os serviços de programas Q, Porto Canal, BTV1, CMTV, Sporting TV, Kuriakos TV e S+ alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa nos 100 %, ou próximas dessa meta. Os serviços Hot TV e Cinemundo não alcançaram os valores fixados.

Quanto aos programas criativos, apenas os serviços Porto Canal, Canal 180, CMTV, Sporting TV e Kuriakos TV cumprem a percentagem mínima de 20 % prevista na LTSAP.

Os restantes serviços de programas não atingem a quota mínima de 20 %, muito em função da sua natureza temática.

5. EVOLUÇÃO DAS QUOTAS DE LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, verificamos um comportamento similar dos operadores nos serviços de programas, relativamente à difusão de obras audiovisuais, mormente ao cumprimento das disposições contidas no artigo 44.º da LTSAP.

Refere-se que a lei não sofreu alterações ao longo deste período, para os serviços de programas lineares, nem na difusão e obras audiovisuais – defesa da língua portuguesa. Mais se refere que o comportamento dos operadores assenta materialmente na temática do serviço de programas ou em contingências relacionadas com o público-alvo que os condiciona nas preposições a que se encontram vinculados.

Assim, continua-se a assinalar as evoluções lentas, em alguns casos retrocessos, em matéria de difusão de língua portuguesa pelos serviços de programas de cinema e séries e pelos serviços de programas de temática infantil/juvenil.

FIG. 10- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022
		BTV1	100,0	100,0	100,0	99,9	99,9
		A BOLA TV	88,9	89,3	82,1	79,6	77,0
		BIGGS	26,3	8,1	14,6	8,1	8,3
		CANAL 180	62,0	60,8	55,3	52,9	73,6
		CANAL Panda	1,9	1,5	1,0	1,5	0,2
		Cinemundo	3,0	1,5	1,0	3,1	3,2
		CMTV	91,1	91,3	91,0	93,6	99,0
		Hollywood	0,0	0,5	1,0	0,3	0,5
		HOT TV	9,8	8,0	9,3	10,6	8,0
		Kuriakos	97,8	97,6	97,1	91,5	95,7
Programas originariamente em língua portuguesa (n.º do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 50.00%	Localvisão	100,0	100,0	100,0	100,0	
		Porto Canal	98,6	99,2	99,3	99,9	99,9
		Q	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		RTP1	83,8	85,4	84,3	83,9	87,0
		RTP2	47,0	47,8	44,3	48,9	53,3
		RTP3	95,5	93,9	94,2	94,1	96,2
		RTP Açores	98,8	96,6	96,6	97,4	97,5
		RTP África	96,5	99,0	99,0	98,3	99,1
		RTP Internacional	97,1	96,3	95,8	95,4	95,8
		RTP Madeira	96,9	95,7	96,8	96,3	97,7
		RTP Memória	78,8	80,1	80,5	82,3	77,6
		SIC	79,6	85,8	88,9	93,0	95,8

FIG. 10- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022
Programas originariamente em língua portuguesa (n.º do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 50.00%	SIC Caras	44,1	43,3	36,4	40,7	37,8
		SIC K	13,4	9,5	1,3	0,3	9,6
		SIC Mulher	42,4	39,0	18,2	13,1	10,6
		SIC Notícias	89,6	88,1	85,4	93,3	94,6
		SIC Radical	45,8	43,5	50,2	36,8	43,2
		SPORT TV+	77,4	72,2	70,8	67,7	64,6
		SPORT TV1	70,1	55,8	54,1	42,8	40,6
		SPORT TV2	68,0	49,2	34,5	30,1	14,8
		SPORT TV3	58,0	35,9	49,8	25,2	9,5
		SPORT TV4	64,9	10,0	14,2	8,5	9,8
		SPORT TV5	55,6	74,0	67,9	18,9	8,2
		SPORT TV África	100,0	96,3	99,2	97,7	96,0
		SPORTING TV	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		TV Cine Action	0,3	0,1	0,1	0,3	0,1
		TV Cine Edition	2,5	3,0	1,3	8,9	3,8
		TV Cine Emotion	0,1	0,0	0,2	0,4	0,4
		TV Cine Top	0,5	1,0	0,2	0,2	0,4
		TVI	94,7	94,7	95,3	89,8	93,4
		TVI 24/CNN Portugal	99,4	99,9	99,9	97,2	96,2
		TVI Ficção	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FIG. 11- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022
Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 20.00%	BTV1	16,0	5,9	3,8	5,1	4,5
		A BOLA TV	11,8	17,0	15,2	14,1	11,0
		BIGGS	20,7	5,5	6,2	4,1	2,9
		CANAL 180	40,2	39,0	33,5	36,0	61,8
		CANAL Panda	0,0	0,0	0,5	0,6	0,0
		Cinemundo	0,8	0,5	0,4	1,9	2,6
		CMTV	0,0	16,3	32,3	36,8	42,9
		Hollywood	0,0	0,3	0,2	0,0	0,2
		HOT TV	8,1	8,0	9,3	10,6	7,6
		Kuriakos	82,1	33,7	44,8	47,6	57,9
		Localvisão	0,3	0,0	0,0	0,0	
		Porto Canal	41,6	47,4	50,2	24,0	23,6
		Q	20,4	15,0	10,8	8,6	14,4
		RTP1	37,8	40,9	42,3	40,6	43,4
		RTP2	19,6	17,5	15,4	15,7	15,6
		RTP3	9,9	11,1	12,0	11,8	11,2
		RTP Açores	50,5	52,5	54,0	50,7	46,9
		RTP África	39,6	41,8	48,4	44,7	41,5
		RTP Internacional	41,1	43,8	46,2	45,0	45,5
		RTP Madeira	18,0	18,6	21,1	19,4	19,2
		RTP Memória	43,1	37,1	42,1	40,6	41,3
		SIC	50,3	59,4	61,9	65,4	66,9
		SIC Caras	33,5	33,6	27,6	31,5	28,2
		SIC K	6,5	2,8	0,8	0,2	2,1

FIG. 11- EVOLUÇÃO DA % DE OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022
Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º)	Maior ou Igual a 20.00%	SIC Mulher	17,2	13,0	5,2	7,3	6,0
		SIC Notícias	2,2	3,9	4,0	6,8	3,0
		SIC Radical	19,8	19,6	13,8	23,5	21,1
		SPORT TV+	36,8	40,3	33,6	31,3	23,4
		SPORT TV1	1,4	1,6	1,8	2,2	2,6
		SPORT TV2	0,1	0,2	0,4	0,9	0,9
		SPORT TV3	0,2	0,4	0,7	1,5	2,1
		SPORT TV4	0,5	0,6	0,5	0,8	3,9
		SPORT TV5	1,9	1,5	1,8	1,7	1,0
		SPORT TV África	15,8	15,2	16,3	15,6	17,9
		SPORTING TV	83,4	76,3	81,0	89,2	80,2
		TV Cine Action	0,3	0,1	0,0	0,1	0,1
		TV Cine Edition	31,3	37,6	34,9	2,1	0,4
		TV Cine Emotion	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2
		TV Cine Top	0,4	0,5	0,1	0,1	0,1
		TVI	50,5	51,4	45,8	44,4	44,2
		TVI 24/CNN Portugal	6,3	7,5	4,3	4,3	1,6
		TVI Ficção	46,0	42,5	51,7	45,3	38,8

Genericamente, o grau de cumprimento dos serviços de programas em matéria de difusão de obras audiovisuais, na epígrafe 'Defesa da Língua Portuguesa', é consentânea com as obrigações dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e entretenimento, conforme consta das linhas de programação dos projetos autorizados pela ERC. Quando se verificam desvios relevantes, os operadores são incentivados ao cumprimento das quotas, assim como sensibilizados para a importância desta dinâmica no mercado de produção nacional e das consequências do incumprimento reiterado e infundado das obrigações a que se encontram vinculados.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

1. VISÃO GLOBAL

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente.

Em 2022, dos 47 serviços de programas avaliados, 32 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que quatro serviços de programas obtiveram percentuais acima dos 45 % e os restantes situaram-se aquém, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP, relativamente às obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10 %, não é alcançada em 23 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

De assinalar a inexistência de programação de produção europeia independente nos serviços de programas SPORT TV+, Sporting TV e Kuriakos TV, o que se deve, em grande medida, a serem canais de produção própria.

Deve salientar-se que a lei prevê, na consideração do cumprimento das quotas de produção europeia e produção independente que se tenha em conta a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e diversão.

Relativamente à quota de 5 % a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, tendo a SIC apresentado o percentual mais elevado, ou seja, mais de metade da totalidade de produção independente recente.

Ao longo dos últimos cinco anos, na incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares, denotam-se algumas inflexões negativas na integração de produção independente recente nos serviços de programas televisivos.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido abrangidos pelas obrigações do n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, verificámos um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia, não obstante apenas o OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

A transposição da Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, veio alterar a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, a qual introduziu algumas alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob as epígrafes 'Produção Europeia' e 'Produção Independente'. As referidas alterações apenas produziram efeitos a partir de 17 de fevereiro de 2021, pelo que, tratando-se de obrigações anuais, apenas em 2022 se efetuou a análise de acordo com as referidas alterações.

As principais alterações registaram-se no artigo 45.º, referente à produção europeia, nomeadamente no que respeita aos serviços audiovisuais a pedido.

Conforme disposto no artigo 45.º da lei vigente,

«1 - Os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos de cobertura nacional devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na respectiva programação, uma vez deduzido o tempo de emissão consagrado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto.

2 - Os catálogos dos serviços audiovisuais a pedido asseguram uma quota mínima de 30 /prct. de obras europeias, tendo de lhes ser garantida uma posição proeminente, devendo estes catálogos dedicar pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Note-se que no que se refere ao artigo 46.º da LTSAP, relativo à produção independente Lei n.º 8/2011, prevê que «1 - Os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos de cobertura nacional devem assegurar que, pelo menos, 10 % da respectiva programação, com exclusão dos tempos consagrados aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto, sejam preenchidos através da difusão de obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos. 2 - Os serviços de programas referidos no número anterior, classificados como generalistas, devem dedicar pelo menos metade do tempo da programação aí referida à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos. 3 - Para efeitos da contabilização das percentagens de programação referidas nos números anteriores contam-se somente as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas.»

Já por efeito da redação da Lei 74/2020, de 19 de novembro: «1 - Os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos de cobertura nacional devem assegurar que, pelo menos, 10 /prct. da respetiva programação, com exclusão dos tempos consagrados aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto, sejam preenchidos através da difusão de obras criativas de produção independente europeias, originalmente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos. 2 - Os serviços de programas referidos no número anterior, classificados como generalistas, devem dedicar pelo menos metade do tempo da programação aí referida à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos. 3 - Para efeitos da contabilização das percentagens de programação referidas nos números anteriores contam-se somente as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas.» [sublinhado nosso]

Ora, existindo na atual redação da LTSAP, uma incongruência nos n.ºs 1 e 2 do artigo 46.º, pois se os operadores que exploram serviços de programas de cobertura nacional têm de dedicar 10 % à difusão de obras criativas de produção independente recente, não fará sentido a aplicação do n.º 2 que vem cingir a obrigação de metade do tempo referido no n.º 1 aos serviços de programas generalistas, pelo que se efetuou o apuramento da quota de produção independente recente com base na redação da Lei n.º 8/2011.

O relatório resultante dessa avaliação, no que diz respeito à produção europeia e produção independente, é apresentado à Comissão Europeia, em relatório bienal, para efeitos do cumprimento do disposto nos artigos 16.º e 17.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA). São seguidos os critérios de aplicação definidos no artigo 47.º da LTSAP e as orientações para a aplicação dos artigos 16.º e 17.º da DSCSA, constantes do *Revised guidelines for monitoring the application of articles 16 and 17 of the audiovisual media services directive*¹ e do Manual de Classificação, da ERC.

São ainda apresentados os percentuais relativos à incorporação de obras de produção europeia pelos serviços audiovisuais a pedido, como previsto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e o disposto no art.º 13.º da Diretiva SCSA, que determina que «os Estados-membros devem assegurar que os serviços de comunicação social audiovisual a pedido prestados por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição promovam, quando viável e pelos meios adequados, a produção de obras europeias e o acesso às mesmas. Tal promoção pode dizer respeito, por exemplo, à contribuição financeira de tais produtos para a produção e aquisição de direitos de obras europeias ou à percentagem e/ou relevo das obras europeias no catálogo de programas oferecido pelo serviço de comunicação social audiovisual a pedido».

Na aplicação do artigo 13.º da Diretiva SCSA² serão seguidas as orientações da Comissão, assim como um conjunto de orientações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC, decorrente das especificidades do mercado nacional de serviços audiovisuais a pedido.

DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente relatório, de acordo com a Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, entende-se por:

- **Obras europeias** (alínea n) do n.º 1 do artigo 1.º da Diretiva SCSA, alínea j) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP:
 - i. As obras originárias de Estados-membros;
 - ii. As obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa e satisfaçam as seguintes condições:
 - a. As obras que, realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados a que se referem essas disposições, satisfaçam uma das três condições seguintes:
 - Serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A produção dessas obras ser supervisionada e efetivamente controlada por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A contribuição dos coprodutores desses Estados para o custo total da coprodução ser maioritária e a coprodução não ser controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora desses Estados.
 - b. As obras coproduzidas no âmbito de acordos referentes ao sector audiovisual celebrados entre a União e países terceiros e que cumpram as condições estabelecidas em cada um desses acordos;
 - iii. As obras que não sejam europeias na aceção da alínea n) do n.º 1, do citado artigo 1.º da Diretiva, mas sejam produzidas ao abrigo de acordos bilaterais de coprodução celebrados entre Estados-membros e países terceiros são consideradas obras europeias sempre que caiba aos coprodutores da União a parte maioritária do custo total da sua produção e esta não seja controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora do território dos Estados-membros (n.º 4 art.º 1.º da DSCSA).

¹ http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/twtf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

² [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=EN)

- **Obra de produção independente** - obra produzida por um produtor independente e que satisfaça cumulativamente os seguintes requisitos:
 - i. Detenção da titularidade dos direitos sobre a obra produzida pelo produtor independente, com a clara definição contratual do tipo e duração dos direitos de difusão cedidos aos operadores de televisão (ponto i) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP);
 - ii. Obra produzida com autonomia criativa e liberdade na forma de desenvolvimento, nomeadamente no que respeita à escolha dos estúdios, atores, meios e distribuição (ponto ii) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).

- **Produtor independente** - pessoa coletiva cuja atividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais, desde que se verifiquem cumulativamente os seguintes requisitos (alínea p) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP):
 - i. Capital social não detido, direta ou indiretamente, em mais de 25 % por um operador de televisão ou em mais de 50 % no caso de vários operadores de televisão;
 - ii. Limite anual de 90 % de vendas para o mesmo operador de televisão.

3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Ao cotejar os valores de 2022 com igual período de análise de 2021, é possível concluir quais as evoluções nos diferentes serviços de programas de cobertura nacional e se estes se traduziram em subidas, descidas ou se se mantiveram inalterados.

Na presente análise distinguem-se os serviços de programas de âmbito internacional e de âmbito regional que não estão sujeitos ao cumprimento do disposto nos artigos 45.º e 46.º da LTSAP. Não obstante, sempre que estes dados sejam facultados pelos operadores, os mesmos são dispostos no quadro, devidamente assinalados.

Em 2022, foram analisados quarenta e sete serviços de programas, dos quais três são de âmbito internacional e dois regionais.

Pela leitura da Figura 1, as quotas de produção europeia e produção independente não revelaram alterações assinaláveis. No entanto, os serviços temáticos infantis SIC K e Panda, apresentaram descidas significativas, quer na quota de produção europeia, quer de produção independente recente, situando-se abaixo da quota de 10 % da programação.

Também os serviços temáticos de cinema e séries, TV Cine Top, TV Cine Emotion e TV Cine Action e NOS Studios, assim como os demais serviços temáticos de cinema, Cinemundo, Hollywood, continuam a situar-se abaixo de uma percentagem maioritária de produção europeia e dos 10 % de produção independente recente.

Regista-se ainda um cumprimento generalizado do cumprimento das quotas de produção europeia e produção independente recente pelos serviços de programas do operador RTP.

Mais se denotam oscilações no serviço de programas CNN Portugal, quer na produção europeia com descida da quota, quer na produção independente recente, desta feita com uma subida, o que terá relação com a alteração da programação.

FIG. 1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2022

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
RTP	RTP1	90,4	93,3	▲	30,3	23,7	▼
	RTP2	80,4	84,2	▲	22,2	23,1	▲
	RTP 3	92,7	92,4	▼	16,2	22,0	▲
	RTP Internacional**	99,9	99,9	=	31,9	26,1	▼
	RTP África	89,0	91,1	▲	36,8	43,4	▲
	RTP Memória	83,6	78,2	▼	5,8	2,9	▼
	RTP Madeira*	97,0	96,9	▼	12,3	16,5	▲
	RTP Açores*	95,4	96,4	▲	22,4	20,7	▼
SIC	SIC	83,7	86,5	▲	64,4	64,2	▼
	SIC Radical	51,1	60,9	▲	30,0	32,1	▲
	SIC Mulher	19,7	22,8	▲	7,6	10,0	▲
	SIC K	53,4	48,5	▼	7,1	2,3	▼
	SIC Notícias	85,4	79,1	▼	39,6	42,2	▲
	SIC Caras	51,9	48,0	▼	30,7	13,0	▼
TVI	TVI	88,5	91,6	▲	27,2	25,0	▼
	TVI 24/CNN Portugal	86,1	52,0	▼	3,8	8,8	▲
	TVI Ficção	100,0	99,8	▼	1,1	1,8	▲
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	36,2	30,2	▼	12,2	9,9	▼
	TVCine Edition	51,4	45,0	▼	11,1	9,8	▼
	TVCine Emotion	20,9	21,6	▲	5,9	6,3	▲
	TVCine Action	12,7	12,6	▼	1,7	1,6	▼
	NOS Studios	33,6	29,1	▼	3,8	2,3	▼
DREMIA	Panda	65,9	56,9	▼	7,0	3,2	▼
	Biggs	48,1	48,2	▲	20,3	13,5	▼
	Panda Kids		21,2	▲		2,1	▲
	Hollywood	17,3	15,3	▼	1,5	1,4	▼
	Canal BLAST**	9,8	7,1	▼	0,2	0,4	▲
	Casa e Cozinha	75,9	76,7	▲	5,0	6,8	▲
SPORT TV	Sport TV 1	83,5	78,0	▼	6,9	2,1	▼
	Sport TV 2	82,4	76,0	▼	11,0	6,5	▼
	Sport TV 3	81,5	74,0	▼	15,5	20,9	▲
	Sport TV 4	92,7	85,2	▼	8,6	35,5	▲
	Sport TV 5	73,1	92,8	▲	21,0	75,8	▲
	Sport TV 6		76,2	▲		29,4	▲
	Sport TV África 1**	100,0	99,1	▼	10,0	21,9	▲
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	1,6	4,1	▲
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	23,6	26,0	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	30,3	31,7	▲

FIG. 1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2022

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2020	2021	Var.20/21	2020	2021	Var.20/21
FILMES HOTGOLD	Hot TV	23,1	26,2	▲	16,1	9,6	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	37,4	33,4	▼	5,4	4,3	▼
OSTV	Canal 180	65,7	83,4	▲	10,7	50,9	▲
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0		▼	0,0		=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	69,4	69,3	▲	15,4	12,7	▲
COFINA	Correio da Manhã TV	87,0	95,3	▲	11,2	11,7	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	95,7	95,5	▼	0,0	0,0	=
CANALIFE	S+	75,8	100,0	▲	5,7	0,0	▼

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 45.º e 46.º da LTSAP.

** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 45.º e 46.º da LTSAP.

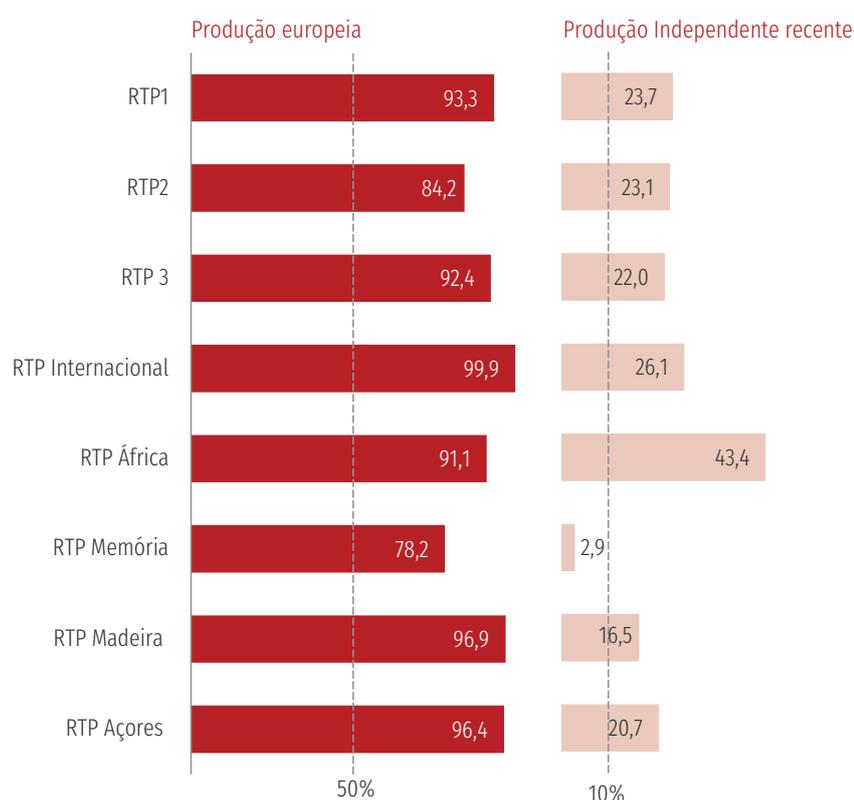


4. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2022, nas obras de produção europeia e produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50 % e 10 % respetivamente.

RTP- Rádio e Televisão de Portugal

FIG. 2 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

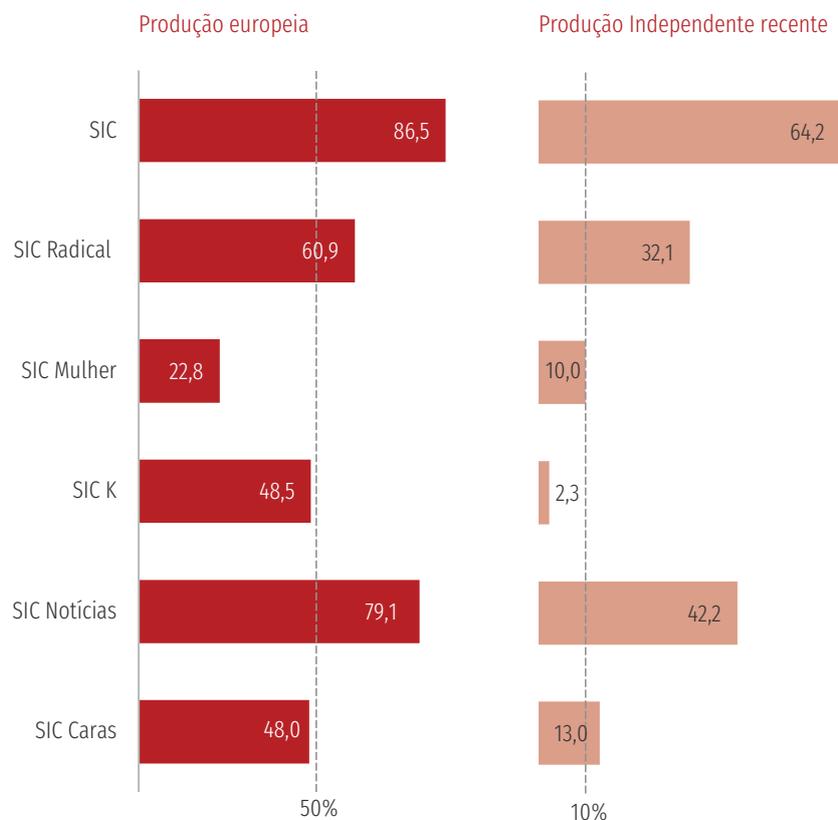


Os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no art.º 45.º da LTSAP. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade. As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 78,2 %, na RTP Memória, e os 99,9 %, na RTP Internacional.

Quanto às obras criativas de produção independente produzidas há menos de cinco anos, ultrapassaram os 10 % exigidos em todos os serviços, à exceção da RTP Memória, cujo os valores se justificam pela natureza da programação ser maioritariamente constituída por programas de arquivo da RTP, não sendo de considerar um incumprimento da norma.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

FIG. 3 - PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Dos serviços de programas do operador SIC, o SIC Mulher, SIC K e SIC Caras situaram-se aquém da quota maioritária, sendo que os dois últimos obtiveram valores aproximados.

A percentagem mais elevada de produção europeia regista-se no serviço de programas generalista do operador SIC, com 86,5 %, seguido pelo temático de informação SIC Notícias, 79,1 %.

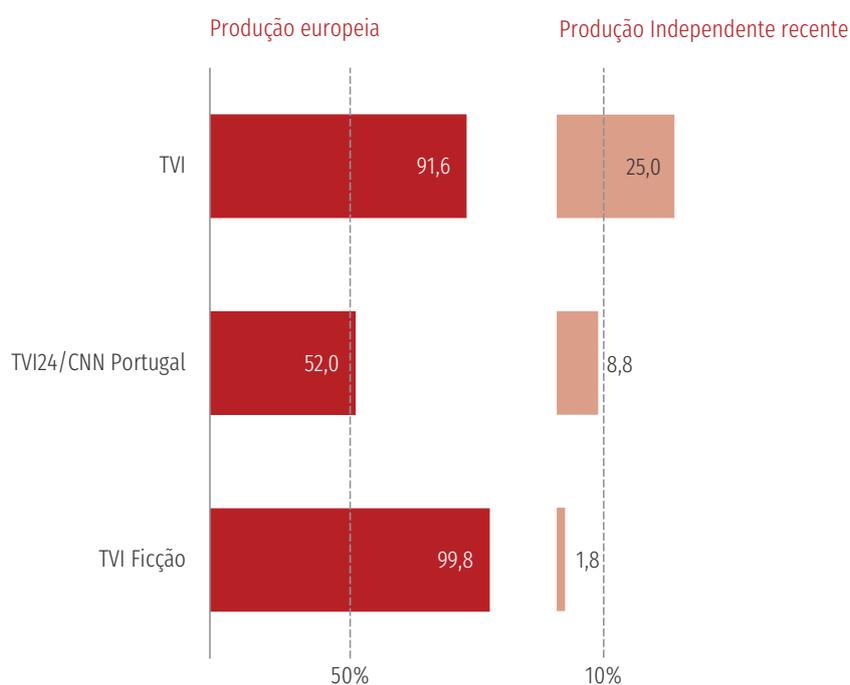
Ao nível da produção independente recente, denota-se um cumprimento generalizado, excetuando a SIC K, com um descida significativa face a 2021.





TVI - Televisão Independente

FIG. 4 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

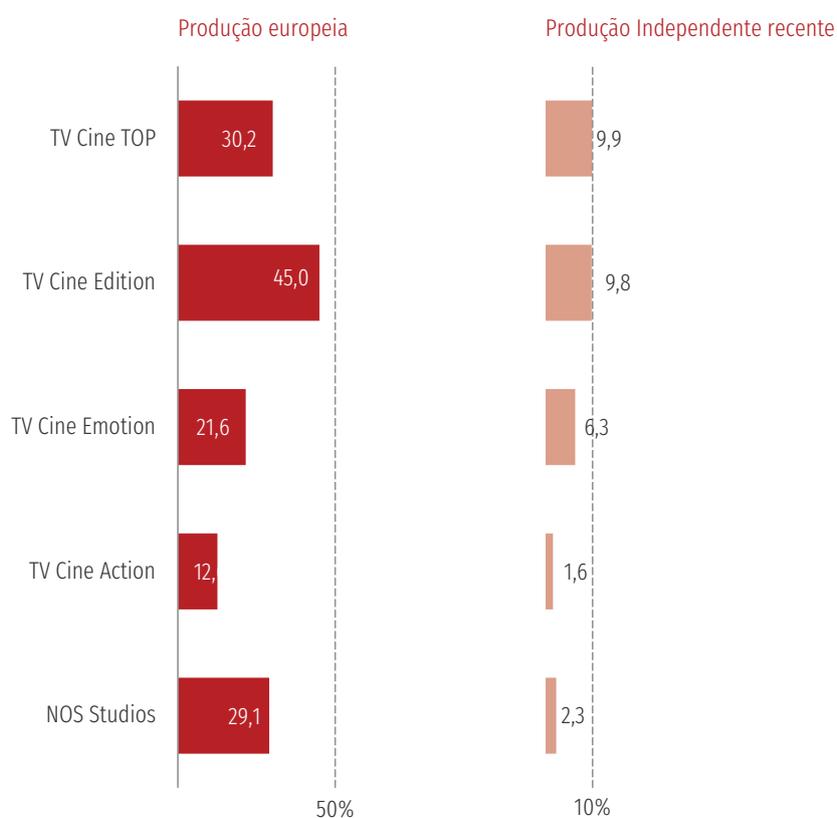


No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 52,0 %, na CNN Portugal, e os 99,8 %, na TVI Ficção.

Relativamente à difusão de obras independentes de produção recente, apenas a TVI cumpriu a quota prevista, tendo os restantes serviços evidenciado valores aquém dos 10 %, o que resulta da natureza específica dos serviços de programa em análise e, no caso da TVI Ficção, cuja programação resulta da incorporação de obras de ficção de produção própria menos recentes.

NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION

FIG. 5 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Nenhum dos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS Audio-Sales and Distribution atingiu a quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, verificando-se que apenas o TV Cine Edition se aproxima da quota maioritária, ainda assim, com descida face a 2021. O serviço de programas TV Cine Action é o que apresenta o menor percentual de produção europeia.

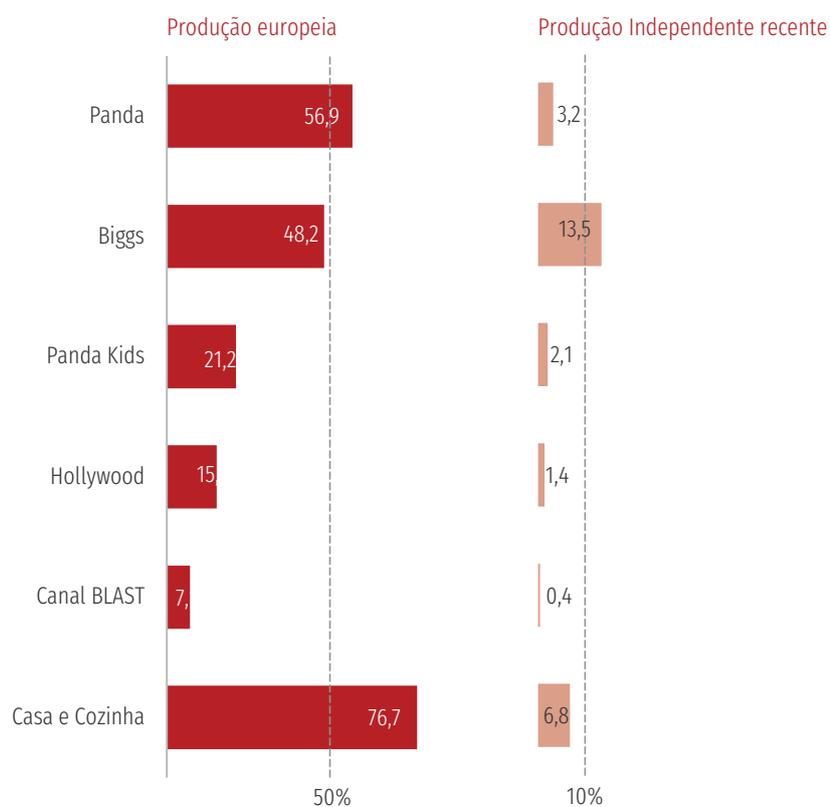
Quanto à produção independente recente, o TV Cine Top e o TV Cine Edition aproximam-se da quota de 10 %, embora com descidas face a 2021, já os TV Cine Emotion, TV Cine Action e NOS Studios situam-se aquém desta.





DREAMIA

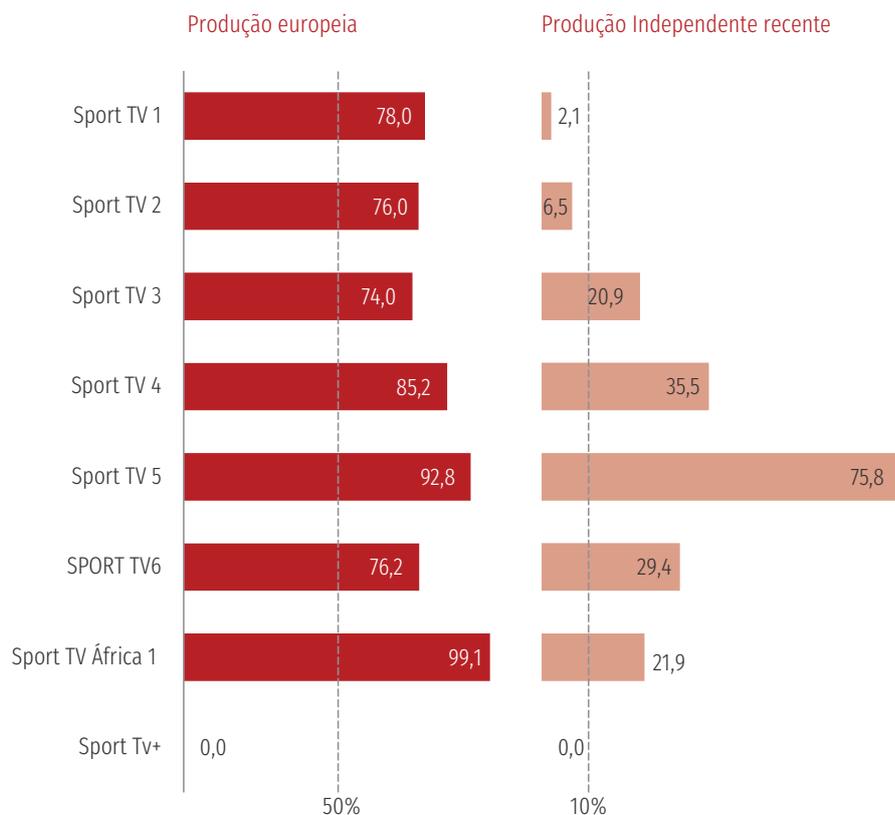
FIG. 6 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Nos serviços de programas do operador DREAMIA, apenas o Panda e o Casa e Cozinha apresentam uma percentagem maioritária de obras europeias. Quanto à produção independente recente, apenas o serviço temático infantil/juvenil, BIGGS, ultrapassou a quota prevista, tendo os restantes serviços temáticos infantis/juvenis apresentado percentagens residuais na quota de produção independente recente.

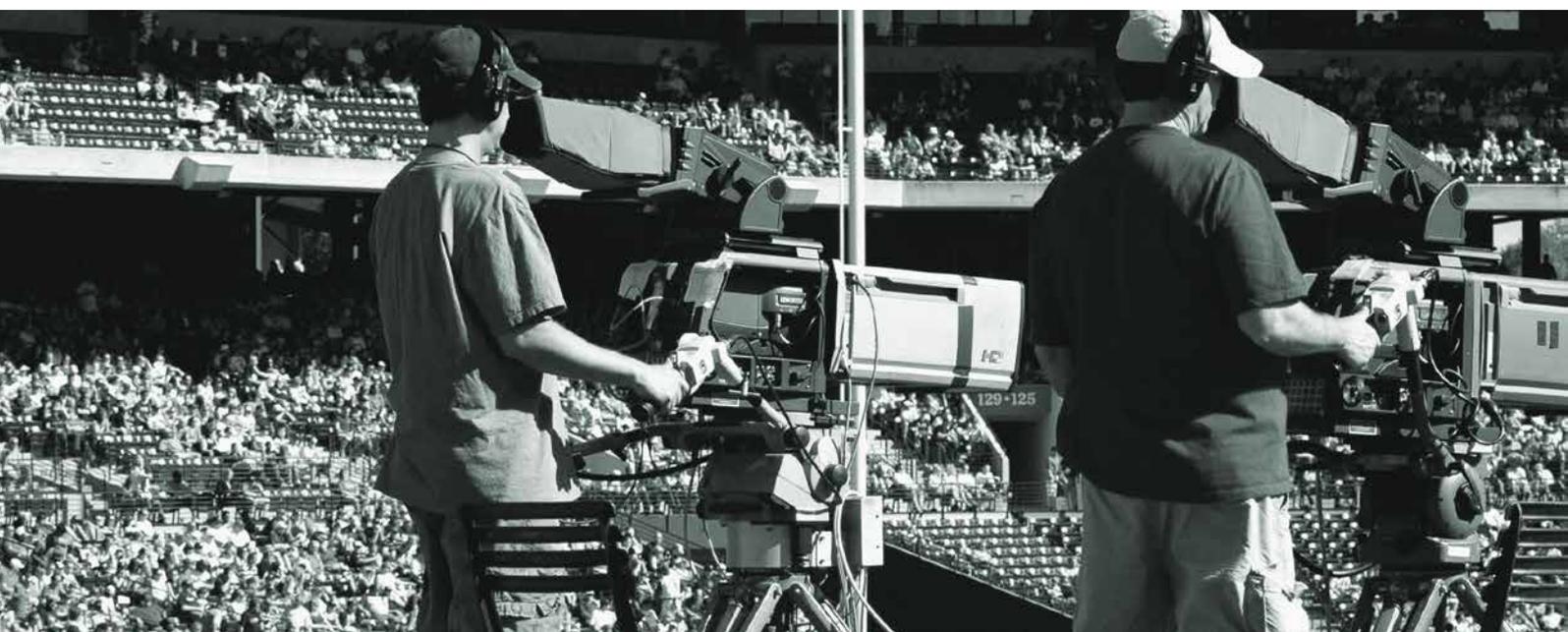
SPORT TV PORTUGAL

FIG. 7 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



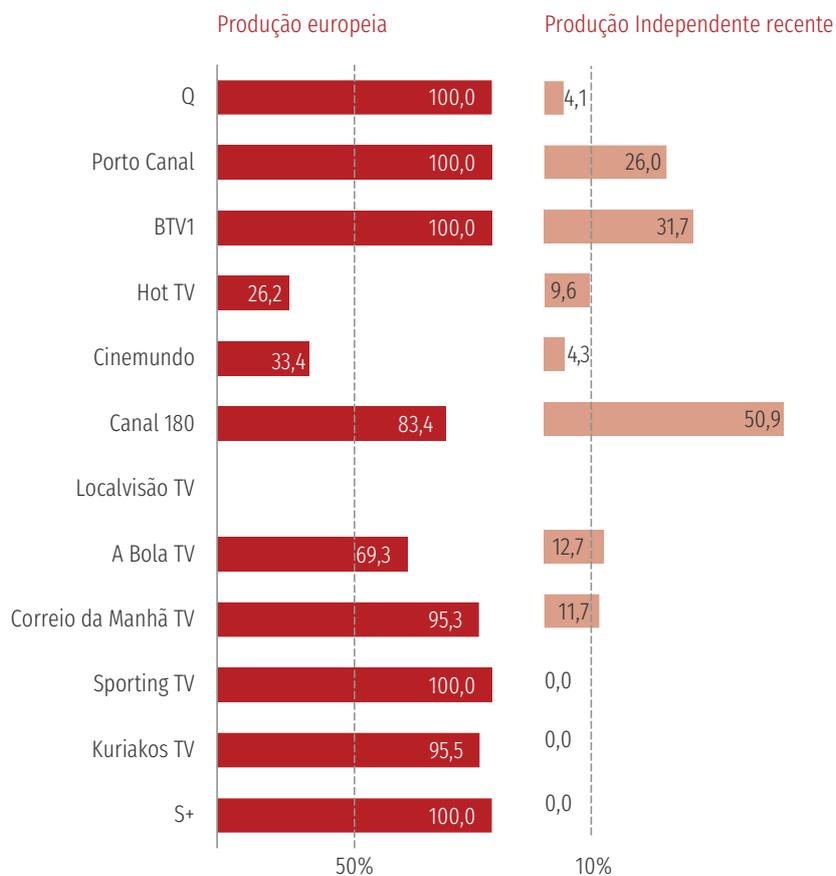
Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV+.

Tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas, as quais são excluídas para estes apuramentos, regista-se um cumprimento quase generalizado na produção independente recente, à exceção da SPORT TV+, SPORT TV1 e SPORT TV2.



Outros serviços de programas de televisão

FIG. 8 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Relativamente aos operadores que só detêm um serviço de programas com obrigações no âmbito do dever de informação (artigo 49.º da LTSAP), verifica-se que o serviço Localvisão não deu cumprimento ao dever de informação.

Mais se assinalam diferenças significativas ao nível da incorporação de obras de produção europeia na programação, o que se deve à especificidade das temáticas dos serviços em análise. Assim, encontramos serviços a apresentar uma percentagem máxima, tais como o Q, Porto Canal, BTV1, Sporting TV e S+ e o Hot TV e Cinemundo com um percentual aquém do determinado.

Quanto à produção independente recente, seis serviços apresentaram valores aquém do estipulado. Sporting TV, Kuriakos TV e S+, sem produções contabilizáveis e o Q, Cinemundo e Hot TV, a situar-se entre 4,1 % e 9,6 %.



5. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, introduziu no n.º 2, do artigo 46.º, regras específicas para os serviços de programas generalistas. Assim, estes «devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem da programação» referida no número anterior «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

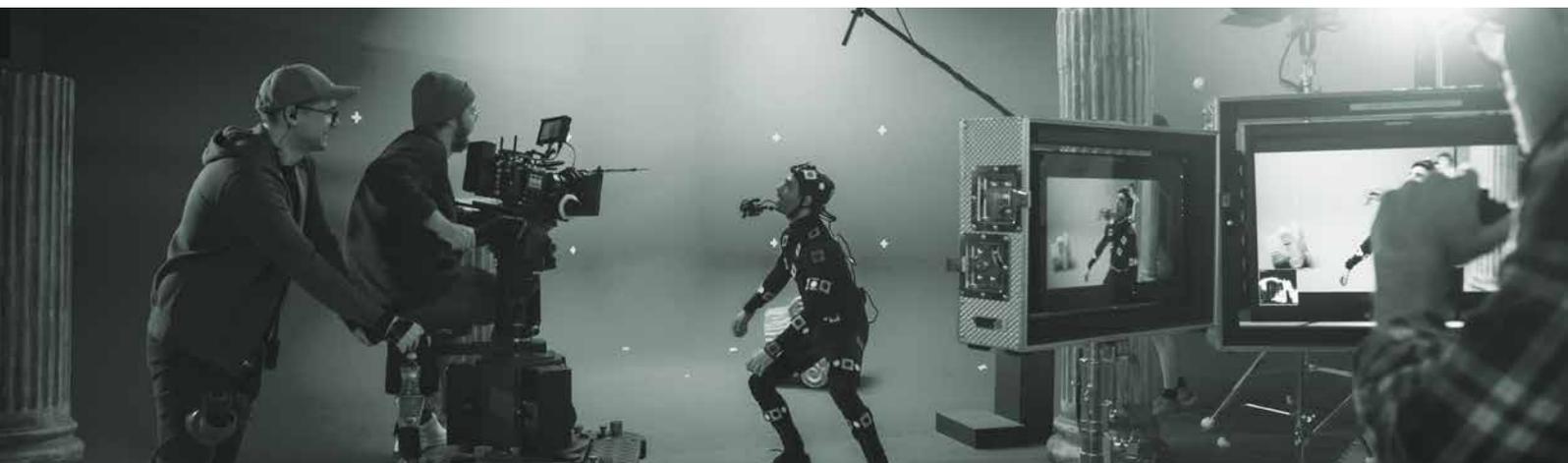
FIG.9 – OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA INDEPENDENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	20,5%
	RTP2	9,8%
SIC	SIC	63,7%
TVI	TVI	9,9%
Avenida dos Aliados	Porto Canal	26,0%
Cofina	CMTV	10,8%

De acordo com os dados apurados, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente mais de metade da totalidade de produção independente recente, 63,7 %.

De assinalar que o segundo serviço de programas do operador público, embora ultrapassando a quota de 5 %, é aquele que obtém o menor percentual, com 9,8 % de difusão de obras criativas de produção independente europeia, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos, com um valor aproximado da TVI que obtém 9,9 %.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado com assinatura, Porto Canal e CMTV alcançam percentuais de 26 % e 10,8 %, respetivamente.





6. EVOLUÇÃO DAS QUOTAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Numa análise retrospectiva dos últimos cinco anos, verificamos um comportamento similar dos operadores nos serviços de programas, no que se refere à difusão de obras audiovisuais, mormente ao cumprimento das disposições contidas no artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão.

Mais se refere que o comportamento dos operadores assenta materialmente na temática do serviço de programas ou em contingências relacionadas com o público-alvo que os condiciona nas preposições a que se encontram vinculados.

Ao longo dos últimos cinco anos a incorporação de produção europeia e produção independente recente nos serviços de programas lineares tem sofrido algumas inflexões, verificando-se uma tendência de descida de percentagem na produção independente recente nos últimos dois anos.

FIG.10 – EVOLUÇÃO DA % DE PRODUÇÃO EUROPEIA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022	
Produção europeia (n.º1 do artigo 45.º)	Maior que 50.00%	A BOLA TV	73,1	78,9	78,0	69,4	69,3	
		BTV1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		CANAL 180	83,3	82,6	82,9	65,7	83,4	
		Cinemundo	26,0	32,8	36,5	37,4	33,4	
		CMTV	79,0	83,1	82,6	87,0	95,3	
		Biggs	97,5	45,7	39,7	48,1	48,2	
		Hollywood	9,8	11,5	12,3	17,3	15,3	
		HOT TV	30,1	29,1	29,7	23,1	26,2	
		Kuriakos	99,6	98,6	98,8	95,7	95,5	
		Panda	58,2	77,4	60,4	65,9	56,9	
		Porto Canal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		Q	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		RTP1	86,5	86,6	86,5	90,4	93,3	
		RTP2	78,8	78,8	79,5	80,4	84,2	
		RTP3	96,6	95,7	95,4	92,7	92,4	
		RTP Açores	99,7	97,2	96,8	95,4	96,4	
		RTP África	92,6	93,2	93,2	89,0	91,1	
		RTP Internacional	100,0	99,4	99,3	99,9	99,0	
		RTP Madeira	98,7	98,3	97,8	97,0	96,9	
		RTP Memória	79,9	81,0	81,4	83,6	78,2	
		S+						
		SIC	69,5	76,7	78,0	83,7	86,5	
		SIC Caras	55,1	53,5	47,4	51,9	48,0	
		SIC K	47,7	44,2	49,5	53,4	48,5	
		SIC Mulher	42,4	39,0	18,2	19,7	22,8	
		SIC Notícias	89,6	88,1	85,4	85,4	79,1	
		SIC Radical	45,8	43,5	50,2	51,1	60,9	
		SPORT TV+	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
		SPORT TV1	67,8	83,9	89,9	83,5	78,0	
		SPORT TV2	90,1	86,0	73,9	82,4	76,0	
		SPORT TV3	84,0	81,4	76,9	81,5	74,0	
		SPORT TV4	33,5	89,8	81,6	92,7	85,2	
		SPORT TV5	55,6	74,0	67,9	73,1	92,8	
		SPORT TV África	100,0	100,0	100,0	100,0	99,1	
		SPORTING TV	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		TV Cine Action	18,5	22,4	11,7	12,7	12,6	
		TV Cine Edition	42,4	41,9	43,3	51,4	45,0	
		TV Cine Emotion	27,0	21,7	21,3	20,9	21,6	
		TV Cine Top	30,2	30,0	28,0	36,2	30,2	
		TVI	93,3	94,5	94,2	88,5	91,6	
		TVI 24/CNN Portugal	91,5	94,0	93,8	86,1	52,0	
		TVI Ficção	100,0	100,0	100,0	100,0	99,8	

FIG.11 – EVOLUÇÃO DA % DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

Artigo da Lei da Televisão	Quota	Serviço de Programas	2018	2019	2020	2021	2022
		A BOLA TV	11,8	17,0	15,2	15,4	12,7
		BTV1	36,7	33,1	28,0	30,3	31,7
		CANAL 180	40,2	39,0	33,5	10,7	50,9
		Cinemundo	0,8	0,5	0,4	5,4	4,3
		CMTV	1,2	10,2	9,3	11,2	11,7
		Biggs	0,0	21,5	18,0	20,3	13,5
		Hollywood	1,7	1,1	0,7	1,5	1,4
		HOT TV	22,9	25,8	24,0	16,1	9,6
		Kuriakos	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
		Panda	13,3	12,1	8,3	7,0	3,2
		Porto Canal	43,2	24,8	51,4	23,6	26,0
		Q	0,4	0,1	1,0	1,6	4,1
		RTP1	27,9	27,9	31,3	30,3	23,7
		RTP2	32,6	22,1	21,6	22,2	23,1
		RTP3	30,6	26,1	23,4	16,2	22,0
		RTP Açores	36,5	28,8	25,4	22,4	20,7
		RTP África	46,7	47,6	39,7	36,8	43,4
		RTP Internacional	29,5	32,6	35,6	31,9	26,1
		RTP Madeira	20,0	20,4	13,1	12,3	16,5
		RTP Memória	3,5	6,2	4,2	5,8	2,9
		SIC	58,2	56,7	61,3	64,4	64,2
		SIC Caras	29,5	30,7	27,7	30,7	13,0
		SIC K	9,3	7,8	7,7	7,1	2,3
		SIC Mulher	16,1	18,1	7,0	7,6	10,0
		SIC Notícias	37,1	34,1	37,8	39,6	42,2
		SIC Radical	27,7	23,6	31,8	30,0	32,1
		SPORT TV+	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		SPORT TV1	30,3	38,4	46,7	6,9	2,1
		SPORT TV2	47,2	49,3	43,7	11,0	6,5
		SPORT TV3	47,0	31,1	26,8	15,5	20,9
		SPORT TV4	22,1	27,2	41,5	8,6	35,5
		SPORT TV5	36,1	26,3	24,6	21,5	75,8
		SPORT TV África	10,4	10,0	8,0	10,0	21,9
		SPORTING TV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		TV Cine Action	3,9	3,9	2,2	1,7	1,6
		TV Cine Edition	12,5	14,1	14,1	11,1	9,8
		TV Cine Emotion	7,2	6,5	7,0	5,9	6,3
		TV Cine Top	10,5	11,8	12,3	12,2	9,9
		TVI	26,4	24,9	30,8	27,2	25,0
		TVI 24/CNN Portugal	1,2	2,3	3,3	3,8	8,8
		TVI Ficção	1,4	1,4	0,9	1,1	1,8

Produção independente recente (n.º1 do artigo 46.º)

Maior ou Igual a 10.00%

Genericamente, o grau de cumprimento dos serviços de programas em matéria de difusão de obras audiovisuais, nas epígrafes 'Produção Europeia' e 'Produção Independente', é consentânea com as obrigações dos operadores em matéria de informação, educação, cultura e diversão, sendo que sempre que tal não se verifique os operadores são incentivados ao cumprimento das quotas, assim como sensibilizados para a importância do cumprimento de quotas de produção europeia e independente não só para a dinâmica do mercado interno, como para o cumprimento dos artigos 16.º e 17.º da Diretiva dos SCSA.

7. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

No quadro da Figura 12 constam as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia nos serviços audiovisuais a pedido (SAP), tal como disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, «[...] devem contribuir para a promoção de obras europeias, designadamente através da contribuição financeira para a sua produção ou da sua incorporação progressiva no respetivo catálogo».

Note-se que, nesta matéria, registaram-se as principais alterações pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, nomeadamente no disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, passando a conter a seguinte redação «2 - Os catálogos dos serviços audiovisuais a pedido asseguram uma quota mínima de 30 /prct. de obras europeias, tendo de lhes ser garantida uma posição proeminente, devendo estes catálogos dedicar pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Mais dispõe o n.º 6 do referido artigo que «[o] cálculo da percentagem de obras europeias a que se refere o n.º 2 e a definição de baixas audiências e de baixo volume de negócios a que se refere o n.º 4 do artigo 14.º-A da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro, na redação dada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, são realizados de acordo com as orientações emitidas pela Comissão Europeia nos termos do n.º 7 do artigo 13.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual[DSCSA].»

Note-se que o objetivo das isenções previstas no artigo 13.º, n.º 6, da DSCSA não é substituir as isenções estabelecidas a nível nacional, que definem o escopo das obrigações, mas fornecer salvaguardas para os fornecedores transfronteiriços.

Assim, o Conselho Regulador da ERC aprovou isenções adicionais aos serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição nacional nos seguintes casos:

- i) Quando o tema do serviço audiovisual a pedido, do cumprimento das respetivas obrigações de incorporação, os catálogos que incluem predominantemente manifestações desportivas, serviços noticiosos e concursos e televentas;
- ii) Quando a natureza do serviço audiovisual a pedido, mediante uma análise casuística, tem um modelo de distribuição gratuito, dando acesso à visualização em catálogo daquilo que já ocorre em ambiente linear, ou seja, ou programas disponíveis são os mesmos, sendo este já alvo de obrigações de quotas audiovisuais no linear.

Quanto às Orientações da Comissão relativamente à contagem dos títulos em catálogo, considera-se que cada episódio de uma série deveria ter igual ponderação ao de uma longa-metragem, de forma a não serem criadas medidas discriminatórias como as orientações preveem no seu âmbito.

Pelo disposto, consideraram-se isentos, em 2022, do cumprimento das obrigações relativas ao n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, os seguintes serviços audiovisuais a pedido, registados sob jurisdição do Estado português:

- Pelo baixo volume de negócios do serviço audiovisual a pedido: M-Cine e Cinema Independente; Spamflix, Q Play e Filmtwist.
- Pela temática do serviço audiovisual a pedido: Yubuy (televentas); Advance(*gaming*) e Benfica Play (manifestações desportivas).
- Pela tipologia de distribuição, através de uma análise casuística, não foi possível aferir a monetização dos conteúdos que são maioritariamente os que são emitidos em ambiente linear: RTP Play e TVI Player.

Relativamente aos demais operadores de serviços audiovisuais a pedido por subscrição, abrangidos pelas obrigações do n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, verificamos um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia, não obstante apenas a OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

FIG. 12 – PRODUÇÃO EUROPEIA E CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA – N.º 2 DO ARTIGO 45.º DA LTSAP

Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido	Serviços Audiovisuais a Pedido	Nº de obras em catálogo	Nº de obras europeias	Nº obras europeias recentes	Nº obras criativas LP	% europeias	% Obras LP
NOS Comunicações, S.A.	Videoclube NOS	22794	8450	2244	686	37,1%	8,1%
	Meo Videoclube	15295	4729	2149	425	30,9%	9,0%
MEO - PT Comunicações, S.A.	MEO Filmes e Séries	10121	4020	1614	154	39,7%	3,8%
	Videoclube Nowo	5391	1519	669	74	28,2%	4,9%
Vodafone Portugal, S.A.	Videoclube Vodafone	4685	2106	715	88	45,0%	4,2%
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	OPTO	3681	2313	2038	1884	62,8%	81,5%
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Panda +	151	127	103	74	84,1%	58,3%

Assinala-se uma integração de obras europeias consentânea com as disposições legais, à exceção do catálogo do NOWO, que embora se aproxime dos 30 % de produção europeia em catálogo, apenas atinge 28,2 % de obras de produção europeia. Nos restantes catálogos o percentual oscila entre 30,9 %, no MEO Videoclube, e os 84,1% no Panda+.

De salientar que num exercício de aplicação da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, se verificou a aplicação relativa aos operadores de serviços audiovisuais a pedido dedicarem «[...] pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.»

Segundo a referida preposição, os SAP deveriam atingir 15 % de produção independente europeia, originalmente em língua portuguesa, produzida há menos de cinco anos. Refira-se, antes de mais, que a base aqui refletida não é a mesma pois a produção europeia está convencionada no universo total, quanto ao ano de produção, enquanto as obras originariamente em língua portuguesa assentam no universo dos últimos cinco anos, ou seja produção recente. Esta desconformidade de critérios de aferição contribui para uma distorção dos resultados, tornando complexo o cumprimento da quota mínima de 15 % definida para a produção independente europeia recente, originalmente em língua portuguesa.

Assim, refira-se que apenas a OPTO e o Panda+ integram uma percentagem superior a 15 %, sendo esta superior à de produção europeia, uma vez que assenta numa base distinta.

No que se refere à proeminência das obras europeias, os operadores de SAP comunicaram que garantem esta premissa, nos seguintes termos:

- **NOS:** i) dispõe de secção dedicada a obras europeias, com uma área designada por “Cinema do Mundo,” dentro da qual existem subcategorias organizadas por país de produção e/ou língua, como por exemplo Cinema Francês, Germânico, Italiano, Espanhol, Britânico. De salientar que existe atualmente uma categoria destinada ao Cinema Português. ii) existem funções de pesquisa com acesso a obras Europeias no “Videoclube”; na *homepage* é possível pela seleção da opção no menu “MAIS FILMES” > tab: Cinema do Mundo ou Cinema Português; iii) recorrem a campanhas de comunicação e marketing dos produtos *on demand*, o que é um elemento essencial para gerar notoriedade e criar a procura pelos conteúdos. Estas ações são realizadas de acordo com o potencial de vendas de um filme ou conjunto de filmes, com prioridade para obras mais relevantes em determinado contexto. Estas campanhas são implementadas nos meios próprios de divulgação comercial dos serviços da NOS (ex: *newsletter*, SMS, *site* NOS); iv) são criados destaques, com alguma regularidade, de filmes europeus, os quais são disponibilizados no menu “EM DESTAQUE”, sendo uma

abordagem que aumenta a visibilidade destas obras criativas, nomeadamente em alguns momentos do ano mais propícios a este tipo de promoção, por exemplo, por altura dos Óscares ou no Dia de Portugal (para conteúdos nacionais).

- **MEO:** garantia que a maioria das novas obras europeias passassem por posições de destaque, i) assegurando campanhas de comunicação em meios próprios [destaque na plataforma TV (menu MEO), *website*, redes sociais, cartazes digitais nas lojas MEO, *e-mails*, *newsletters*, etc.] para os títulos europeus mais fortes, ii) melhor acessibilidade e pesquisa em catálogo, através de categorias temáticas de destaque com seleção de Obras Portuguesas e Europeias, iii) alargamento da funcionalidade de pesquisa a todos os dispositivos [serviço base, MEO Go (*Tablets*, *smartphones*, computadores) e apps MEO em Android e Apple TV].
- **Nowo:** a proeminência das obras europeias em catálogo é garantida por diferentes destaques e ações para a promoção dos conteúdos de origem europeia, entre as quais a i) criação de menus especiais e ii) colocação de *banners* dentro do catálogo de Videoclube.

Os destaques são atualizados semanalmente, podendo existir meses em que a recorrência da atualização seja ajustada de acordo com as novidades que entram em exploração no mês em questão.

Assim, verificou-se a proeminência atribuída às obras de produção europeia através da criação de menus especiais dentro do catálogo e da inclusão de *banners* nos vários menus do catálogo do Videoclube. O destaque de obras de produção europeia no catálogo é assegurado através da inclusão de conteúdos em diferentes menus, tais como “Estreias” e conteúdos “Mais Vistos”, entre outros. Adicionalmente, incluem menus dedicados a obras europeias, tais como “Filmes Portugueses”, “Comédias Francesas” e “Cinema Espanhol”. São ainda incluídos *banners* alusivos às obras europeias, que são utilizados para destacar conteúdos na plataforma e que, ao selecionar o *banner*, o cliente poderá entrar diretamente no detalhe do programa.

- **Vodafone:** i) disponibilização de uma área dedicada, em permanência, ao cinema português; ii) sempre que é lançado um título de produção portuguesa, o mesmo é colocado em posição de destaque (primeiras posições) nas principais categorias de estreias e sugestões; iii) realização de ciclos de cinema europeu, tais como “Festa do Cinema Italiano” ou “Festa do Cinema Francês” (os mais significativos e com maior peso comercial); iv) apesar de os vários títulos europeus não se encontrarem agrupados numa categoria específica, o acesso aos mesmos é facilitado através de funções avançadas de pesquisa, as quais a) permitem uma pesquisa fácil e intuitiva de obras específicas, b) apresentam propostas alternativas de títulos dentro das mesmas temáticas e nacionalidade e c) possibilitam uma pesquisa de obras com base nos atores/atrizes e realizadores.
- **OPTO:** a proeminência em catálogo de obras europeias é garantida pela percentagem 84,1 % das obras europeias, não se revelando para o efeito necessária a proeminência num catálogo preponderantemente constituído por obras europeias e especialmente de origem nacional. Atende-se ainda à especificidade do serviço audiovisual a pedido que embora tenha obras do catálogo linear tem uma forma de distribuição por subscrição.
- **Panda+:** o operador DREAMIA informou sobre as especificidades do serviço audiovisual a pedido Panda+ pois, «[...] destina-se a um público infantil, sendo que permite a visualização de séries, filmes e videoclipes de música do Canal Panda e destina-se a um target etário entre os 3 e os 7 anos de idade. Atendendo ao público-alvo, independentemente do país de origem das produções incluídas em catálogo, os conteúdos que, não estão em língua portuguesa, são disponibilizados dobrados e/ou legendados em língua portuguesa, de forma a garantir que estes permitam a apreensão por crianças que ainda estão em processo de aprendizagem da leitura. Com efeito, por tratar-se de um serviço audiovisual a pedido destinado e utilizadores nas primeiras fases da infância, não faz sentido que a organização dos conteúdos em catálogo obedeça a quaisquer critérios assente na origem das produções, conforme acontece, por exemplo, com serviços audiovisuais a pedido que permitem o acesso a filmes e séries destinadas a públicos mais abrangentes.»

Assim, «importa garantir que o acesso aos conteúdos em catálogo seja simples, intuitivo e permita um rápido acesso aos conteúdos de preferência destes utilizadores. Neste sentido, ainda que o catálogo do Panda+ possa incluir em algum destaque obras europeias, não existe uma sessão em catálogo dedicada especificamente a conteúdos europeus. Finalmente, a promoção ou a realização de campanhas de marketing associadas a obras europeias pode ocorrer em função de situações concretas, por exemplo, quando ocorrem estreias de conteúdos na plataforma.»

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS



1. VISÃO GLOBAL

Em 2022 assistiu-se a alguma estagnação do mercado audiovisual português, tendo sido autorizados apenas dois novos serviços de programas televisivos, que contribuem para a predominância dos serviços temáticos em Portugal. As avaliações quinquenais concluídas no período em análise assinalaram um cumprimento, na generalidade, por parte dos operadores de televisão, das obrigações e condições a que se encontram vinculados.

Assistiu-se a uma diminuição generalizada dos conteúdos de primeira exibição nos quatro serviços de programas generalistas, mantendo-se, porém, um elevado número de horas de conteúdos de produção nacional.

Representando a produção europeia cerca de 80 % dos conteúdos televisivos emitidos, os restantes 20 % emitidos por estes serviços de programas, encontram proveniências muito diversas, ainda que a predominante seja a dos Estados Unidos da América.

A inclusão de novas realidades na Lei da Televisão, como os serviços audiovisuais a pedido e as plataformas de partilha de vídeo, permitiu um acompanhamento e escrutínio mais detalhado de alguns destes operadores, que se encontram sob jurisdição portuguesa, tendo sido registados, até ao final de 2022, vinte serviços audiovisuais a pedido e duas plataformas de partilha de vídeos.

2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS: EMISSÃO LINEAR

2.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS EM 2022

O exercício da atividade de televisão que não utilize o espectro hertziano terrestre ou que se destine a integrar a oferta de um operador de distribuição previamente licenciado, está sujeito a autorização, mediante requerimento dos interessados, cabendo à ERC a sua atribuição, renovação, alteração ou revogação (cfr. artigos 13.º, n.º 4, e 18.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP ou Lei da Televisão¹).

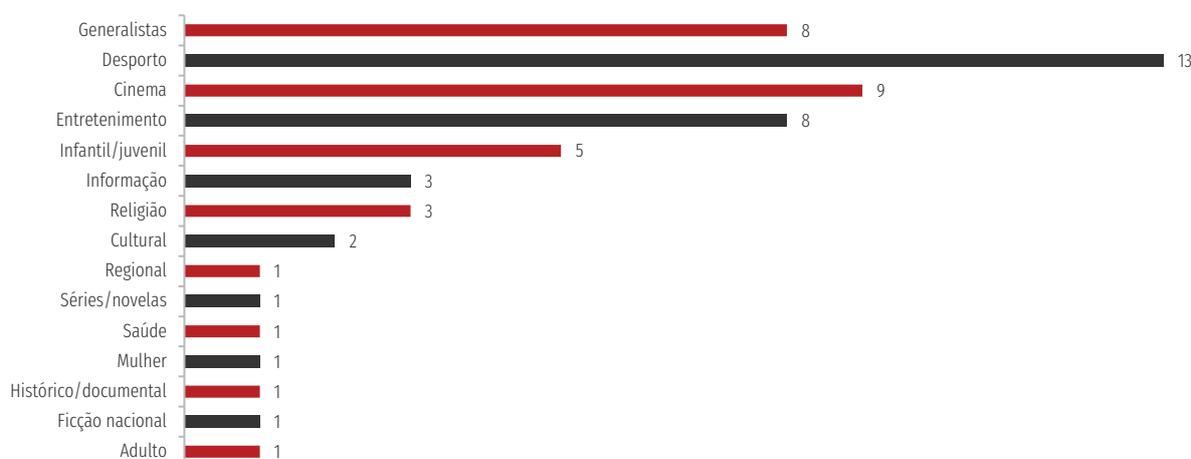
Em 2021, estavam registados na ERC vinte e dois operadores de televisão, titulares de cinquenta e seis serviços de programas, aqui se incluindo os quatro serviços de programas disponibilizados, em acesso não condicionado com assinatura, pela Rádio e Televisão de Portugal, S.A., previstos no contrato de concessão: RTP3, RTP Memória, RTP África e RTP Internacional.

Em 2022, foram autorizados pela ERC dois novos serviços de programas, a saber, AZORES TV, detido por Paulo Feliciano – Audiovisual, Sociedade Unipessoal, Lda. (Deliberação ERC/2022/154 (AUT-TV), de 25 de maio), e UNIFÉ TV, detida por Igreja Universal do Reino de Deus (Deliberação ERC/2022/153 (AUT-TV), de 25 de maio).

Os serviços de programas televisivos podem ser generalistas ou temáticos, ou seja, aqueles que apresentam uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público e os que apresentam um modelo de programação predominantemente centrado em matérias ou géneros audiovisuais específicos ou dirigidos preferencialmente a determinados segmentos do público.

Seguindo a tendência já assinalada em anos anteriores, constata-se a predominância dos canais temáticos sobre os generalistas, nos serviços autorizados, sendo que também os aprovados em 2022 requereram a sua classificação como temáticos: um temático regional, centrado na sociedade e cultura açorianas e outro subordinado a uma temática religiosa/espiritual. Dos cinquenta e oito serviços de programas autorizados, em exercício em 2022, cinquenta estão classificados como temáticos.

FIG. 1 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS



¹ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de junho, pela Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, e pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro.

Conforme resulta claro da Figura 1, os serviços de programas televisivos com temática desportiva representam a maioria dos serviços autorizados, perfazendo 22 % do total dos serviços de programas autorizados, oito dos quais são de acesso condicionado, ou seja, são serviços de programas disponibilizados ao público mediante uma contrapartida específica, que não a de acesso à infraestrutura de distribuição. Estes são seguidos de perto pelos subordinados à temática do cinema, representativos de 15 %, cinco dos quais de acesso condicionado. É de sublinhar que a maioria dos serviços de programas autorizados, quarenta e quatro dos cinquenta e oito, são de acesso não condicionado com assinatura, ou seja, apenas é exigida a contrapartida para acesso à infraestrutura de distribuição.

FIG. 2 – LISTA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS

Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Acesso
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Radical	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Mulher	Temático - Mulher	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Internacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC K	Temático - Infantil e Juvenil	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Notícias	Temático - Informação	Acesso não condicionado com assinatura
	SIC Caras	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
	Txillo	Temático - Infantil e Juvenil	Acesso não condicionado com assinatura
TVI - Televisão Independente, S.A.	CNN Portugal	Temático - Informação	Acesso não condicionado com assinatura
	TVI Internacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
	TVI Reality	Temático - Entretenimento/ Reality Shows	Acesso não condicionado com assinatura
	TVI Ficção	Temático - Ficção Nacional	Acesso não condicionado com assinatura
	TVI África	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
Sport TV Portugal, S.A.	Sport TV +	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
	Sport TV 1	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 2	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 3	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 5	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 4	Temático Desportivo - Desportos Motorizados	Acesso condicionado
	Sport TV África	Temático - Desporto	Acesso condicionado
	Sport TV 6	Temático - Desporto	Acesso condicionado
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	RTP África	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
	RTP Internacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
	RTP Memória	Temático - Histórico e Documental	Acesso não condicionado com assinatura
	RTP 3	Temático - Informação	Acesso não condicionado com assinatura
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura

FIG. 2 – LISTA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS

Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Acesso
Benfica TV, S.A.	BTV 1	Temático - Desporto	Acesso condicionado
OSTV, Lda	Canal 180	Temático - Cultural	Acesso não condicionado com assinatura
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Panda Kids	Temático - Infantil	Acesso não condicionado com assinatura
	Casa e Cozinha	Temático - Entretenimento/ Lifestyle	Acesso não condicionado com assinatura
	Canal Panda	Temático - Infantil e Juvenil	Acesso não condicionado com assinatura
	Biggs	Temático - Juvenil	Acesso não condicionado com assinatura
	Hollywood	Temático - Cinema	Acesso não condicionado com assinatura
	Canal BLAST	Temático - Cinema	Acesso não condicionado com assinatura
Filmes Hotgold - Cinema, Vídeo e Distribuição, S.A.	Hot TV	Temático - Adultos	Acesso condicionado
Upstar Comunicações, S.A.	ZAP Novelas	Temático - Séries/ Novelas	Acesso não condicionado com assinatura
	ZAP Viva	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
	ZAP VIVA Internacional	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
Canal Q, Unipessoal, Lda.	Q	Temático - Entretenimento	Acesso não condicionado com assinatura
Vicra Comunicações, Lda.	A Bola TV	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
Canalvisão - Comunicação Multimédia, S.A.	Localvisão TV	Temático - Cultural/ Social	Acesso não condicionado com assinatura
NOS Audio – Sales and Distribution, S.A.	CANAL NOS	Temático	Acesso não condicionado com assinatura
	NOS STUDIOS	Temático - Cinema	Acesso condicionado
	TV Cine Top	Temático - Cinema	Acesso condicionado
	TV Cine Edition	Temático - Cinema	Acesso condicionado
	TV Cine Emotion	Temático - Cinema/ Séries	Acesso condicionado
	TV Cine Action	Temático - Cinema/ Séries	Acesso condicionado
Cinemundo, Lda.	Cinemundo	Temático - Cinema	Acesso não condicionado com assinatura
	DStv Pipoca	Temático - Cinema	Acesso não condicionado com assinatura
Sporting - Comunicação e Plataformas, S.A.	Sporting TV	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
Cofina Media, S.A.	CMTV Internacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
	Correio da Manhã TV	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
Fuel TV EMEA, S.A.	Fuel TV	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
Motes & Ideias, Lda.	Kuriakos TV	Temático - Religião	Acesso não condicionado com assinatura
Comunidade Canção Nova	TV Canção Nova Portugal	Temático - Religião	Acesso não condicionado com assinatura

FIG. 2 – LISTA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS

Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Acesso
Canalife, Serviços de Comunicação, S.A.	S+	Temático - Saúde	Acesso não condicionado com assinatura
C11 - Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	Temático - Desporto	Acesso não condicionado com assinatura
Paulo Feliciano - Audiovisual, Sociedade Unipessoal Lda.	Azores TV	Temático - Regional	Acesso não condicionado com assinatura
Igreja Universal do Reino de Deus	UNIFÉ TV	Temático - Religioso/Espiritual	Acesso não condicionado com assinatura

2.2. AVALIAÇÕES, RENOVAÇÕES E REVOGAÇÕES EM 2022

As autorizações para o exercício da atividade de televisão são válidas por quinze anos e renováveis por iguais períodos. Ao longo desses quinze anos, os serviços de programas são avaliados quinquenalmente, quanto ao cumprimento das obrigações e condições a que os operadores se encontram vinculados, sendo tais relatórios tidos em conta na decisão de renovação (cfr. artigos 22.º, n.º 1, e 23.º da LTSAP).

Os pedidos de renovação das autorizações devem ser apresentados, junto da ERC, 180 dias antes do termo do prazo da sua validade e as avaliações intercalares são desencadeadas pela ERC no final do 5.º e do 10.º ano sobre a atribuição da autorização.

Para os serviços de programas autorizados e em exercício em 2022, foram desencadeados seis procedimentos de avaliação intercalar, que ainda corriam os seus termos no final de 2022, a saber: TV Canção Nova Portugal, TVI Ficção, A Bola TV, ZAP Viva, Correio da Manhã TV e SIC Mulher. Porém, ao longo do ano de 2022, foram efetuadas e concluídas avaliações intercalares, iniciadas no ano anterior, aos serviços de programas SPORT TV+ (Deliberação ERC/2022/49 (AUT-TV), de 9 de fevereiro), Kuriakos TV (Deliberação ERC/2022/20(AUT-TV), de 12 de janeiro), SIC Radical (Deliberação ERC/2022/18 (AUT-TV), 12 de janeiro), Fuel TV (Deliberação ERC/2022/163 (AUT-TV), de 25 de maio), e canal Q (Deliberação ERC/2022/159 (AUT-TV), de 25 de maio), tendo a ERC concluído, na generalidade, pelo cumprimento das obrigações e condições a que os serviços de programas se encontram vinculados, assinando-se a necessidade de correção num ou noutro aspeto, conforme sucedeu com os serviços de programas SIC Radical, canal Q e Fuel TV, identificando-se os aspetos cuja correção se impunha.

Não se verificou, em 2022, o termo do prazo de validade das autorizações em vigor, pelo que não foram aprovadas quaisquer deliberações finais. Porém, e atendendo ao prazo previsto na lei para requerer a renovação – 180 dias² –, deram entrada na ERC, ainda em 2022, dois pedidos de renovação da autorização do mesmo operador, SPORT TV Portugal, S.A., para os serviços de programas SPORT TV 3 e SPORT TV África, cujas análises ainda estavam em curso no final do ano.

2.3. MODIFICAÇÃO DO PROJETO APROVADO

Um dos aspetos tidos em conta, quer nas avaliações quinquenais realizadas quer também nas renovações, é a observância do projeto aprovado. Estabelece o artigo 21.º que «[o] exercício da atividade de televisão depende do cumprimento, pelo operador, das condições e termos do projeto (...) autorizado, ficando a modificação deste sujeita a aprovação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (...)».

Em 2022, foi requerida e autorizada a alteração do projeto do serviço de programas SPORT TV4, centrado, agora, na temática de desportos motorizados, cfr. Deliberação ERC/2022/101 (AUT-TV), de 6 de abril, alteração que terá necessariamente de ser temporizada no âmbito da renovação da autorização deste serviço de programas e avaliação do cumprimento das obrigações e condições a que está adstrito.

² Cfr. Artigo 22.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido: «O pedido de renovação das licenças ou autorizações deve ser apresentado junto de Entidade Reguladora para a Comunicação Social entre 240 e 180 dias antes do termo do prazo respetivo».

2.4. TEMPO TOTAL DE PROGRAMAS

No âmbito do regular acompanhamento dos operadores de televisão e avaliação do cumprimento das obrigações dos serviços de programas, um dos elementos disponibilizados e analisados é a identificação dos programas que são exibidos pela primeira vez e aqueles que são repetições, sendo assim possível a avaliação do impacto de oscilações e mutações conjunturais na programação televisiva e na produção de conteúdos. Aqui são evidenciados os dados referentes aos quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI³.

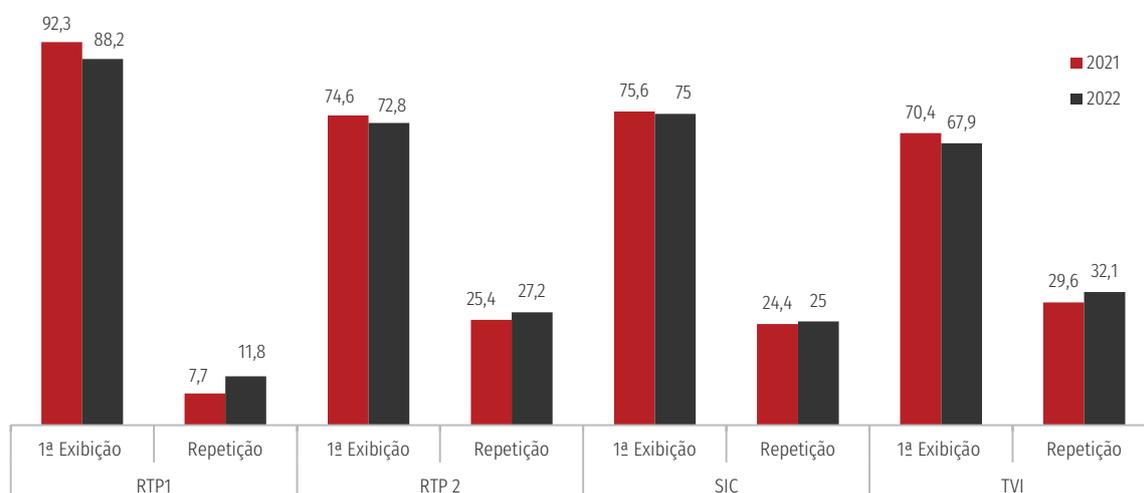
O tempo total de programas emitido nos quatro serviços de programas generalistas é repartido por programas de primeira exibição e de repetição, daqui se excluindo, nos termos dos artigos 44.º e 45.º da Lei da Televisão, o tempo de emissão consagrado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade e televenta.

FIG. 3 – TOTAL DE HORAS DE PROGRAMAS – 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO - 2022

Operador	Serviço de Programas Generalistas	1ª exibição	Repetição	Tempo de Programas
RTP	RTP 1	3673	492	4165
	RTP2	3906	1461	5367
SIC	SIC	3663	1220	4883
TVI	TVI	3154	1491	4645

Em 2022, assistiu-se a uma diminuição generalizada dos conteúdos de primeira exibição por comparação ao ano anterior e conseqüente aumento dos conteúdos repetidos, os quais representaram, em média, 11,8 % a 32,1 % da programação.

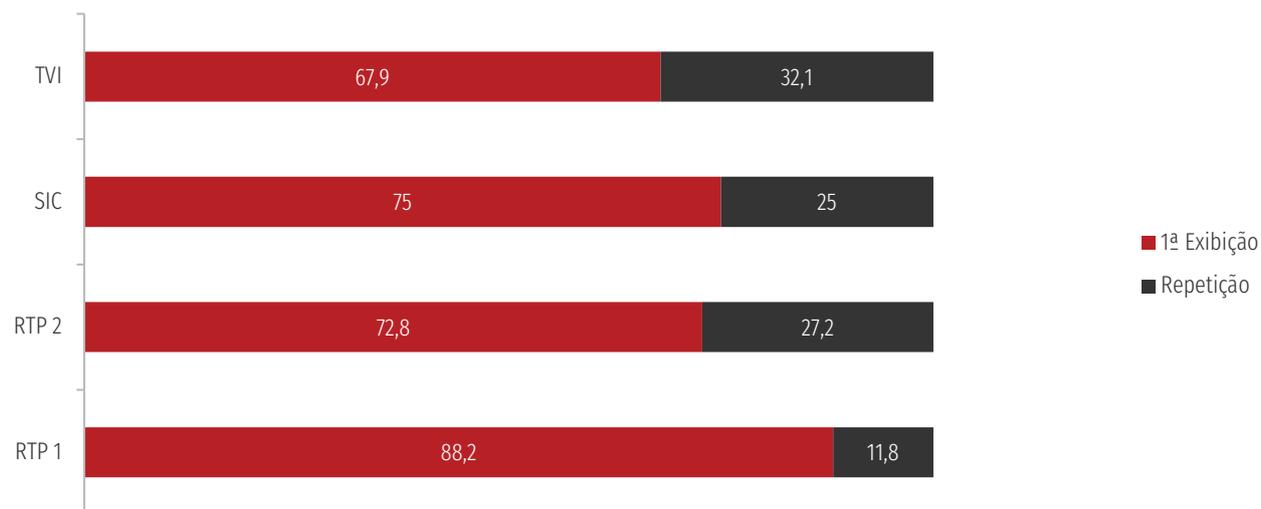
FIG. 4. – TOTAL DE PROGRAMAS – 1.ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO – 2021/2022 (%)



Ainda assim, os programas de primeira exibição ocuparam a maior parte da programação no tempo total de programas, sendo que a RTP1 é o serviço de programas que maior percentagem de programação dedicou a primeiras exibições, 88 % do tempo total de programas, seguido da SIC (75 %), RTP2 (73 %) e, por último, TVI (68 %), tendência esta já registada no ano anterior.

3 Dados recolhidos e analisados na Plataforma Yumi, do ano de 2022.

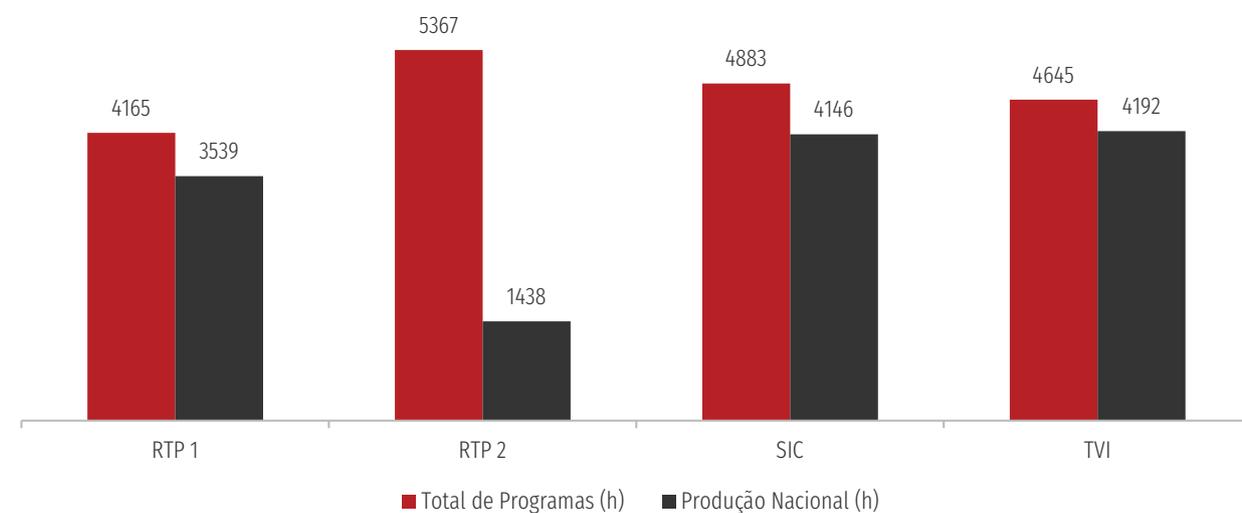
FIG. 5 – PROGRAMAS DE 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO – 2022 (%)



2.5. PRODUÇÃO NACIONAL

Do tempo total de programas, com as exclusões já supra referenciadas, é agora analisado o tempo de programas de produção nacional nos serviços generalistas.

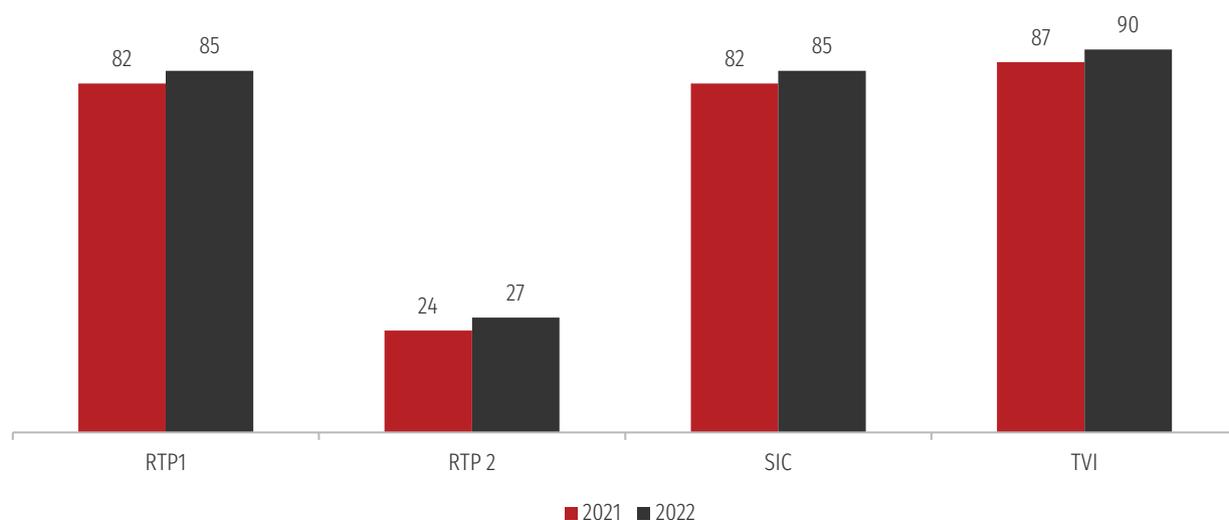
FIG. 6. PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL - 2022



Conforme ilustra a Figura 6, a RTP2 é o serviço de programas que, no total do tempo de programas, apresenta o menor número de horas de produção nacional (1438h), destacando-se, no polo oposto, a TVI, com o maior número de horas de produção nacional a compor o tempo total de programas (4192h).

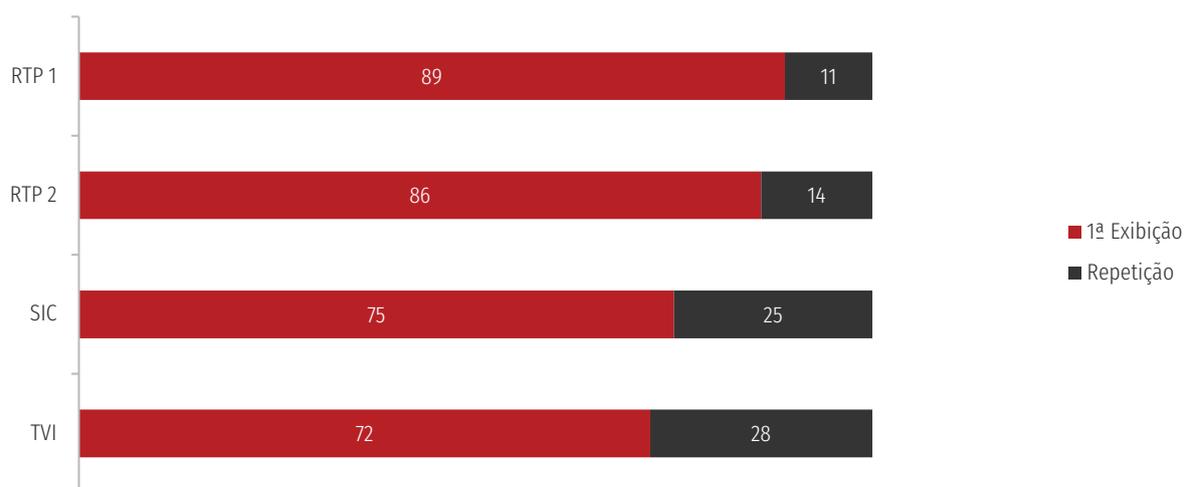
Verificou-se um ligeiro aumento em todos os serviços de programas das horas de produção nacional por comparação ao ano anterior, tendência já registada no ano anterior, mantendo os três serviços de programas, RTP1, SIC e TVI, elevada de produção nacional.

FIG. 7 - PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL – 2021- 2022



De entre os programas de produção nacional, verifica-se que nos serviços de programas generalistas as primeiras exibições são predominantes, evidenciando-se a RTP1 com 89 % dos programas de produção nacional de primeira exibição (Figura 8).

FIG. 8 - PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL – 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO- 2022

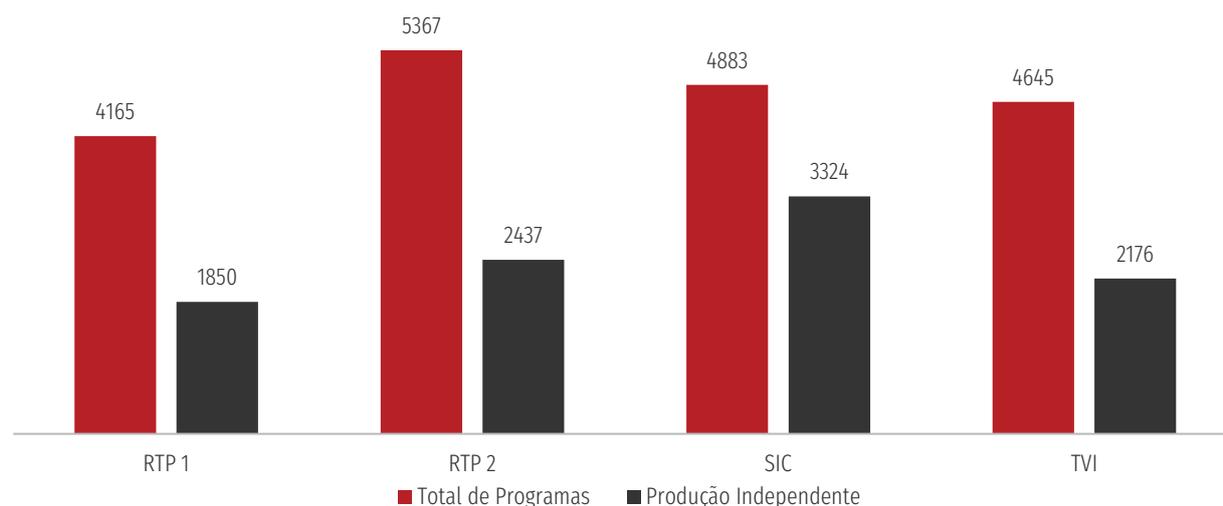


2.6. PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Outro dos aspetos analisados pela ERC, no âmbito do apuramento do cumprimento das obrigações respeitantes à promoção dos conteúdos nacionais e europeus, nos termos dos artigos 44.º e seguintes da Lei da Televisão, é a produção independente, aqui se incluindo produções de origem nacional e estrangeira, caracterizada por resultar da atividade de uma «pessoa coletiva cuja atividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais, desde que se verifiquem cumulativamente os seguintes requisitos:

i) Capital social não detido, direta ou indiretamente, em mais de 25 % por um operador de televisão ou em mais de 50 % no caso de vários operadores de televisão; ii) Limite anual de 90 % de vendas para o mesmo operador de televisão».

FIG. 9 – PRODUÇÃO INDEPENDENTE (HORAS) - 2022



Das 9787 horas de produção independente emitidas pelos quatro serviços generalistas, 34 % foram difundidas pela SIC. A RTP1, em 2022, apresentou a diminuição mais significativa do número de horas de programas de produção independente, por comparação ao ano anterior, no qual havia alcançado 2188 horas destes conteúdos, sendo que os demais operadores generalistas mantiveram a tendência do ano anterior, ainda que também estes com menos horas, conforme Figura 10.

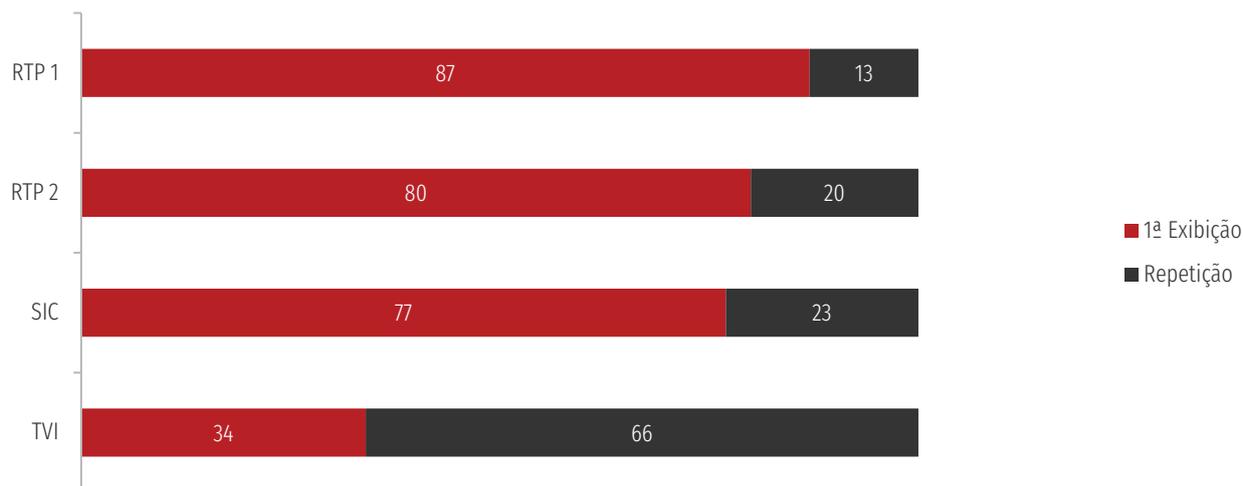
FIG. 10 – PRODUÇÃO INDEPENDENTE (%) – 2021/2022



Do total das horas de programação independente conclui-se que, na sua maioria, são programas de primeira exibição, conforme Figura 11, destacando-se o serviço de programas RTP1 com o maior número de horas de primeira exibição de conteúdos de produção independente, no total da sua programação.

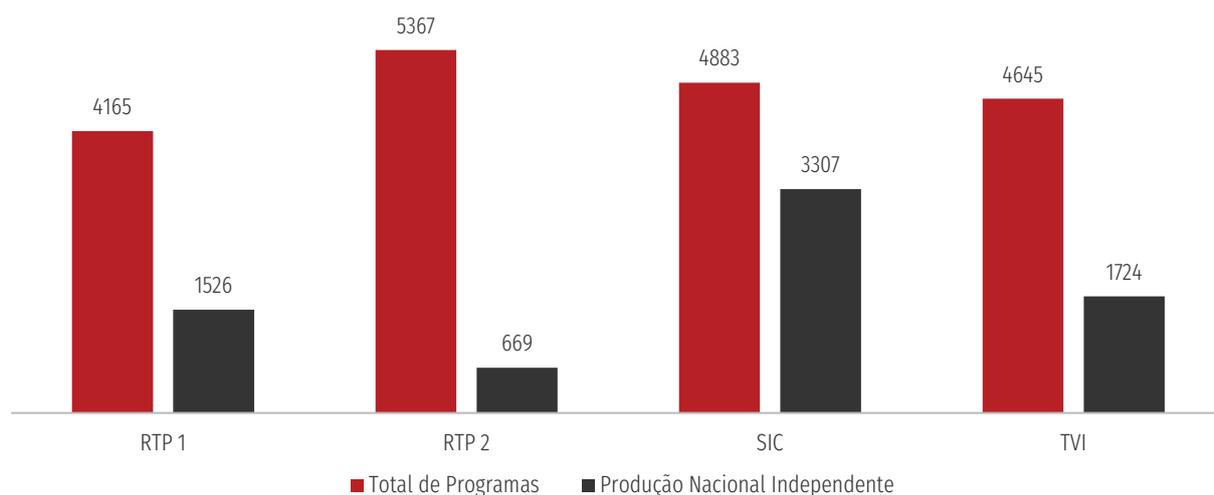


FIG. 11 – PRODUÇÃO INDEPENDENTE- 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO (%) - 2022



De entre os conteúdos de produção independente, são de referir os conteúdos de produção nacional independente, avaliando-se o seu impacto na programação dos operadores de serviços de programas de televisão generalistas.

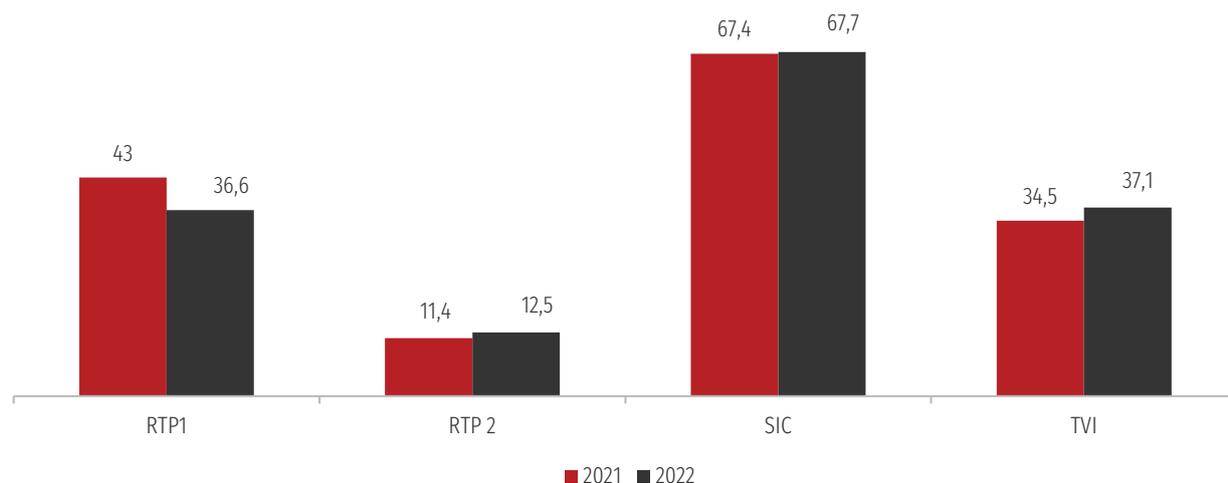
FIG. 12 – PROGRAMAS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE (HORAS) - 2022



As produções nacionais independentes representam cerca de 40 % da programação do serviço de programas SIC, com 3307 horas, na RTP1 e na TVI preenchem 27 % da programação, respetivamente 1526 e 1724 horas, sendo que na RTP2 não chegam aos 12 % (669 horas).

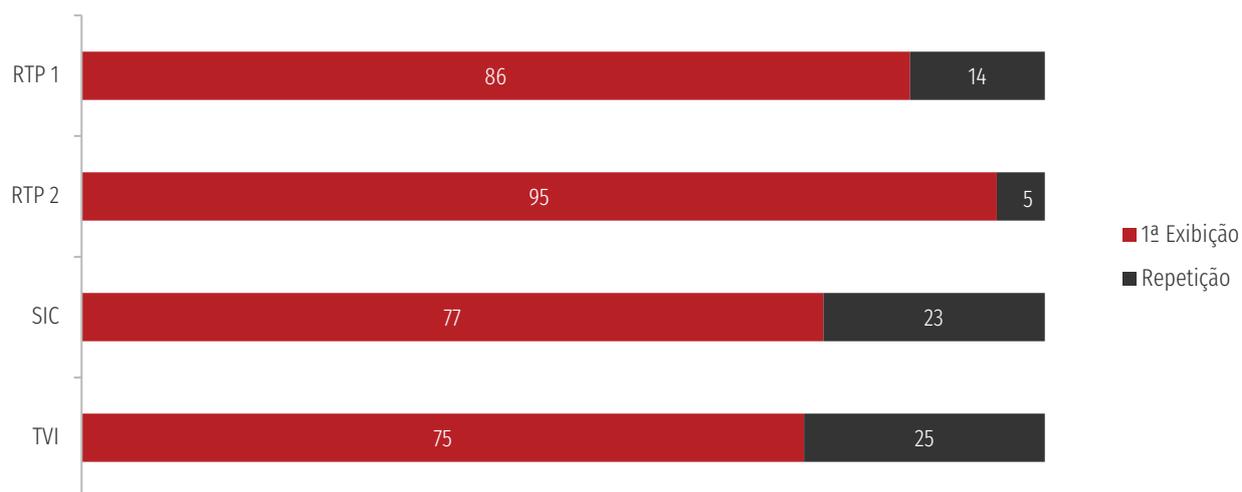
Em 2022, e com exceção da RTP1, verificou-se um aumento do número de horas de programas de produção nacional independente emitidos pelos demais serviços generalistas, por comparação com o ano anterior.

FIG. 13 – PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE (%) – 2021/2022



De entre estes conteúdos de produção nacional independente, verifica-se a predominância das estreias, ou seja, conteúdos exibidos pela primeira vez nos serviços de programas generalistas.

FIG. 14 – PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE- 1ª EXIBIÇÃO E REPETIÇÃO (%) - 2022



2.7. PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS

As produtoras nacionais com maior impacto na indústria do audiovisual podem ser sintetizadas num *ranking* de dez com maior distribuição pelos serviços de programas generalistas.

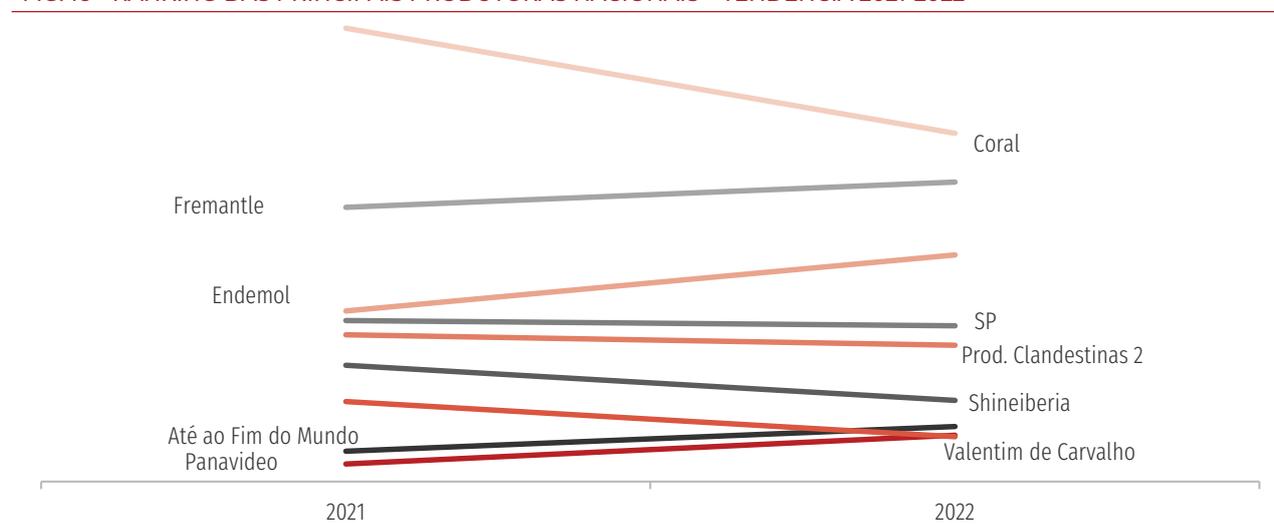
FIG. 15 – RANKING DAS PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS

2022	Horas	Varição/h	2021	Horas
CORAL	1239	▼	CORAL	1613
FREMANTLE	1065	▲	FREMANTLE	976
ENDEMOL	806	▼	ENDEMOL	607
SP TELEVISÃO	554	▼	SP TELEVISÃO	572
PRODUÇÕES CLANDESTINAS 2	485	▼	PRODUÇÕES CLANDESTINAS	522
SHINE IBERIA	288	▼	SHINE IBERIA	413
ATÉ AO FIM DO MUNDO	195	▲	VALENTIM DE CARVALHO	284
PANAVIDEO	164	▲	ATÉ AO FIM DO MUNDO	108
VALENTIM DE CARVALHO	159	▼	EIPWU	99
SHOWFILMS	62	=	PANAVIDEO	62
TOTAL	5017	▼	TOTAL	5256

Em 2022, registou-se uma diminuição do número de horas produzidas por produtoras independentes, por comparação ao ano anterior, de 5256h para 5017h no ano em análise, destacando-se a produtora Coral com o maior número de horas exibidas nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre.

No *ranking* das produtoras, e por comparação com o ano anterior, verifica-se que a EIPWU não consta, tendo a Show-Filmes passado a integrar o *ranking*, com 62h de conteúdos.

FIG. 16 – RANKING DAS PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS – TENDÊNCIA 2021-2022



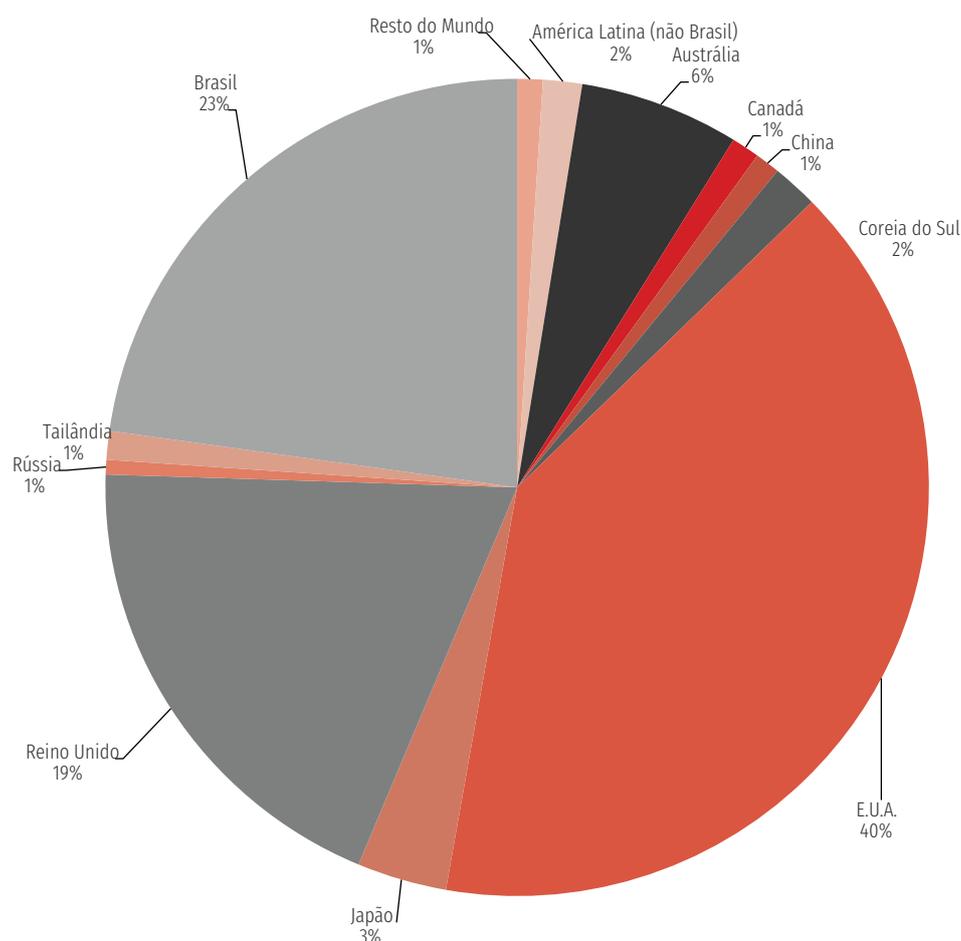
2.8. PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES INTERNACIONAIS DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO INTERNO

O cumprimento das obrigações de defesa da língua portuguesa e da produção europeia na programação dos serviços de programas generalistas, nos termos do disposto nos artigos 44.º e seguintes da Lei da Televisão, resulta claro se atendermos à composição total da programação e respetiva origem, sendo de concluir que, em 2022, os serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI ultrapassaram, todos, os 80 % de conteúdos de produção nacional ou europeia.

Releva, então, apurar da origem da produção dos restantes conteúdos, salientando-se que para efeitos da presente contabilização de horas não foram tidos em conta conteúdos repetidos, nem conteúdos de produção nacional, europeia ou resultantes de coproduções com países da União Europeia.

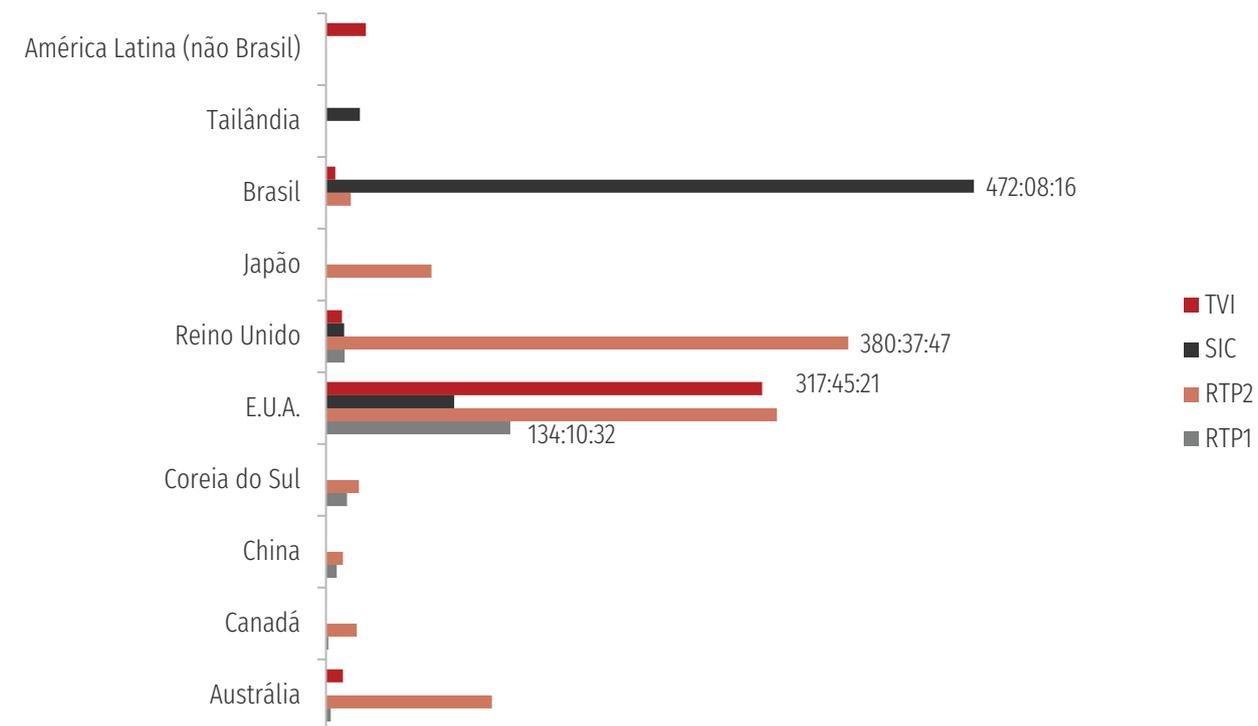
Resulta evidente a predominância dos conteúdos de origem norte-americana, que perfazem 40 % do total de horas de produção emitidos nos quatro serviços de programas, seguidos do Brasil, produtor de 23 % de conteúdos difundidos.

FIG. 17 – PRINCIPAIS PAÍSES FORNECEDORES DE CONTEÚDOS TELEVISIVOS PARA PORTUGAL - 2022



Se atendermos a cada um dos serviços de programas, em concreto, as tendências são distintas, evidenciando-se, num *ranking* de 10, na RTP1 e na TVI, conteúdos provenientes dos Estados Unidos da América, respetivamente com 134 e 317 horas, na RTP2 ganham predominância os conteúdos produzidos no Reino Unido, com 380 horas, e na SIC são majoritários os conteúdos produzidos no Brasil, totalizando 472 horas de conteúdos provenientes daquele país.

FIG. 18 – PRINCIPAIS PAÍSES FORNECEDORES DE CONTEÚDOS TELEVISIVOS POR SERVIÇO DE PROGRAMAS - 2022



3. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS: SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEO

3.1. SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

Os serviços audiovisuais a pedido são definidos na Lei da Televisão como «a oferta ao público em geral de um catálogo de programas e dos conteúdos em texto que os acompanham, designadamente legendagem e guias eletrónicos de programação, selecionados e organizados sob responsabilidade de um operador de serviços audiovisuais a pedido, para visionamento de um utilizador, a pedido individual e num momento por este escolhido, por meio de redes de comunicações eletrónicas (...)» (cfr. artigo 2.º, n.º 1, alínea s), da LTSAP).

Tais operadores, que se encontrem sob jurisdição do Estado Português (cfr. artigo 3.º, n.ºs 1 e 2, da LTSAP), estão sujeitos à obrigação de registo, devendo comunicar à ERC os elementos necessários para tal efeito e proceder à sua atualização, se necessário (cfr. artigo 19.º, n.ºs 3 e 4, da LTSAP).

FIG. 19 - SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO - 2022

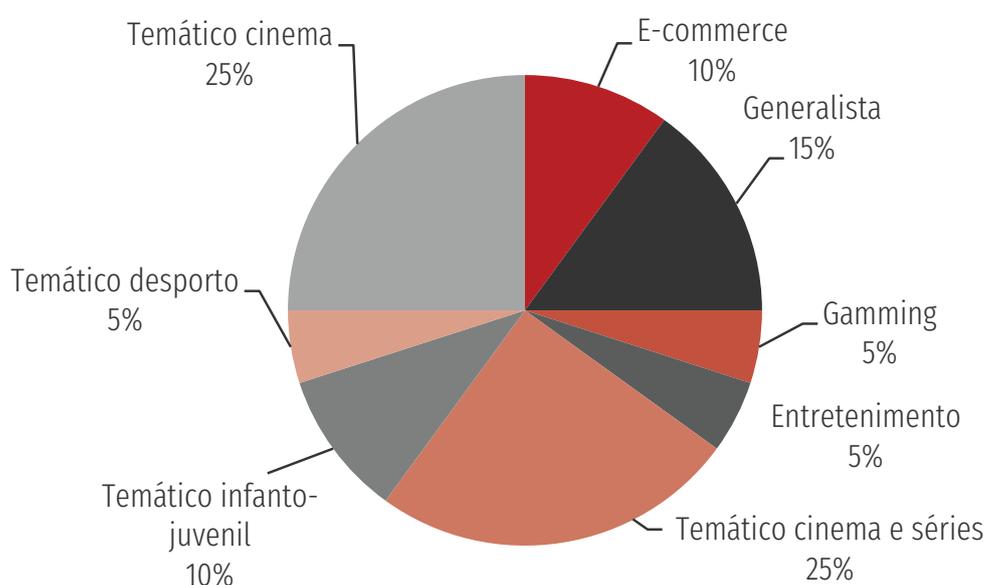
Designação Social do Operador	Designação do Serviço Audiovisual a Pedido	Tipologia	Sítio na internet
Fast Yubuy, S.A.	Yubuy - Shopping Center	E-commerce	https://yubuy.tv/
	Yubuy - Televentas	E-commerce	https://yubuy.tv/
Sic-Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	Opto	Generalista	https://opto.sic.pt
	Advnce	Gaming	https://sic.pt/advnce/
Canal Q, Unipessoal Lda.	QPlay	Entretenimento	https://www.qplay.pt/catalog
Cinemundo, Lda.	M-Cine	Temático cinema e séries	https://www.cinemundo.pt/
	Cinema Independente	Temático cinema e séries	https://www.cinemundo.pt/
Spamflix, Lda.	Spamflix	Temático cinema	https://spamflix.com/home.do
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Panda+	Temático infantojuvenil	https://pandapluslanding.pt/
MEO - Serviços de Comunicação e Multimédia S.A.	MEO Filmes e Séries	Temático cinema e séries	https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-filmes-series
	MEO Videoclube	Temático cinema e séries	https://www.meo.pt/tv/tematicas/filmes-series/meo-videoclube

FIG. 19 - SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO - 2022

Designação Social do Operador	Designação do Serviço Audiovisual a Pedido	Tipologia	Sítio na internet
Sport Lisboa Benfica - Futebol, SAD	Benfica Play	Temático desporto	www.benficaplay.pt
	NOS Play	Temático cinema e séries	https://www.nos.pt/
NOS Comunicações, S.A.	Mini NOS Play	Temático infantojuvenil	https://www.nos.pt/
	Videoclube NOS	Temático cinema	https://www.nos.pt/
NOWO Communications, S.A.	Videoclube Nowo	Temático cinema	https://www.nowo.pt/
Vodafone Portugal - Comunicações Pessoais, S.A.	VideoClube Vodafone	Temático cinema	www.vodafone.pt
Film Twist Group, Lda.	Filmtwist	Temático cinema	www.filmtwist.pt
Media Capital Digital, S.A.	TVI Player	Generalista	https://tviplayer.iol.pt
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	RTP Play	Generalista	https://www.rtp.pt/play/

Até ao final de 2022 encontravam-se registados na ERC catorze operadores de serviços audiovisuais a pedido, titulares de vinte serviços audiovisuais a pedido, 25 % dos quais subordinados à temática de cinema e 25 % de cinema e séries, ou seja, o catálogo de conteúdos é composto predominantemente por filmes e séries.

FIG. 20 – TIPOLOGIA DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO - 2022



Estabelece o artigo 45.º da Lei da Televisão que «[o]s catálogos dos serviços audiovisuais a pedido asseguram uma quota mínima de 30 % de obras audiovisuais europeias, tendo de lhes ser garantida uma posição proeminente, devendo estes catálogos dedicar pelo menos metade dessa percentagem a obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos», acrescentando o n.º 5 do mesmo artigo que tal obrigação «não é aplicável aos operadores de televisão, aos operadores de serviços audiovisuais a pedido e aos fornecedores de plataformas de partilha de vídeos com um baixo volume de negócios ou com baixas audiências».

Para efeitos de apuramento do “baixo volume de negócios” e “baixas audiências” devem ser tidas em conta as linhas de orientação emitidas pela Comissão Europeia, publicadas no Jornal Oficial C223/10, de 7 de julho de 2020, Comunicação 2020/C223/03.



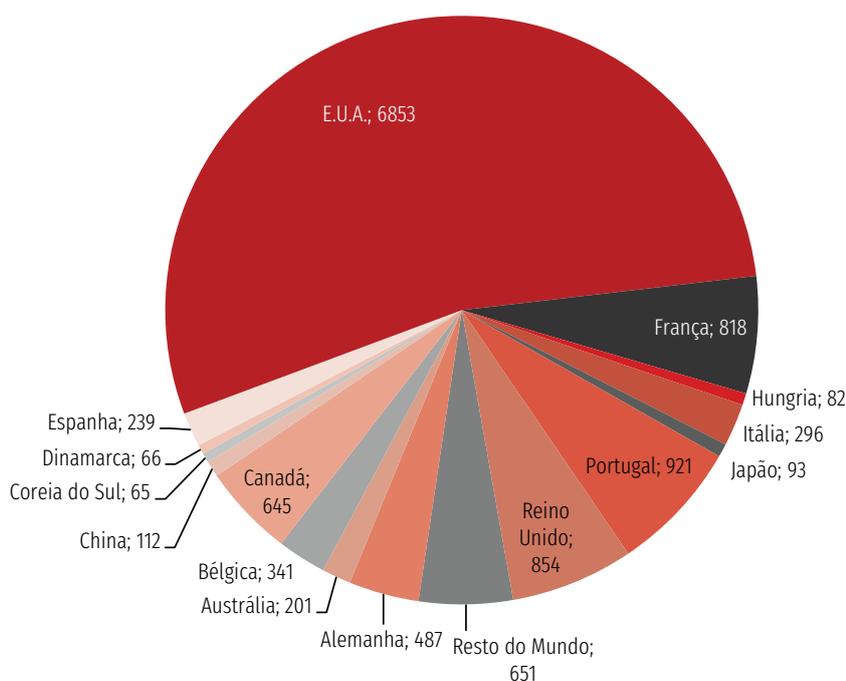
Ao abrigo das Linhas Orientadoras da Comissão Europeia para aplicação do artigo 13.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual⁴ ou pela própria natureza temática do serviço, foram isentos do cumprimento da obrigação consagrada no artigo 45.º, oito dos catorze operadores de serviços audiovisuais a pedido registados, a saber: Fast Yubuy, S.A., SIC-Sociedade Independente de Comunicação, S.A., Canal Q, Unipessoal Lda., Cinemundo, Lda., Sport Lisboa Benfca - Futebol, SAD, Film Twist Group, Lda., *Media Capital Digital, S.A.*, Rádio e Televisão de Portugal, S.A..

No âmbito do cumprimento do dever de informação previsto no artigo 49.º da Lei da Televisão, foram remetidos à ERC nove catálogos de serviços audiovisuais a pedido: NOWO, NOS, OPTO, VODAFONE, MEO, TVI PLAYER, MCINE, PANDA+ e FILM TWIST.

Em tais catálogos, para efeitos da presente análise, foram tidos em conta os filmes, as longas-metragens, uma temporada por série, documentários, programas de entretenimento, programas infantojuvenis, ou seja, todos os títulos, não repetidos, disponibilizados nos catálogos analisados, perfazendo um total de 12 854 títulos. Importa aqui salientar que as percentagens apuradas não o foram para efeito de apuramento do cumprimento das quotas de produção europeia.

Foram, ainda para este efeito, agregados na categoria “Resto do Mundo” os conteúdos provenientes de países com menos de 70 títulos nos catálogos, sendo possível concluir que mais de 54 % dos conteúdos disponíveis provêm dos Estados Unidos da América e em segundo lugar, conteúdos nacionais (7 %) e do Reino Unido (7 %).

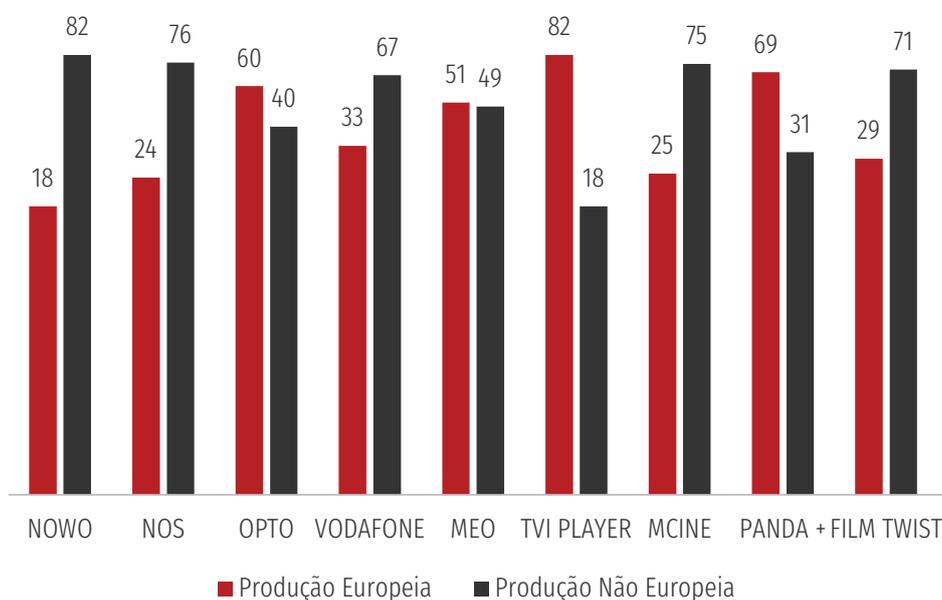
FIG. 21 - PRINCIPAIS PAÍSES DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS – SAP - 2022



⁴ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual), para a adaptar à evolução das realidades do mercado.

No que respeita a produção europeia, nacional e dos demais Estados-membros, verifica-se que é representativa de cerca de 28 % dos 12 854 títulos disponibilizados pelos nove operadores analisados, distribuídos pelos vários operadores conforme Figura 22.

FIG. 22 – PRODUÇÃO EUROPEIA E NÃO EUROPEIA (%) – SAP - 2022



Em termos percentuais e atendendo ao total dos títulos analisados, verifica-se que a TVI Player é o serviço com maior número de títulos de origem europeia no total do seu catálogo, perfazendo cerca de 82 %, seguido do Panda+, com cerca de 69 % do seu catálogo de origem europeia. No polo oposto, o catálogo disponibilizado pela NOWO, com apenas 18 % de produção europeia nos títulos analisados.

3.2. PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

As plataformas de partilha de vídeo foram consagradas na Lei da Televisão, no ano de 2020, pela revisão concretizada pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, que transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva (UE) 2018/1808, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018.

O artigo 2.º, n.º 1, alínea aa), da Lei da Televisão, define o serviço de plataforma de partilha de vídeos como «um serviço na aceção dos artigos 56.º e 57.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia que, no seu todo ou em parte dissociável, tem como principal finalidade ou como funcionalidade essencial a oferta ao público em geral de programas e ou vídeos gerados pelos utilizadores, sendo: i) A respetiva organização determinada pelo fornecedor da plataforma de partilha de vídeos, nomeadamente por meios automáticos ou por algoritmos, em particular através da apresentação, da identificação e da sequenciação, mas não exercendo tais fornecedores responsabilidade editorial sobre os programas e ou vídeos gerados pelos utilizadores; ii) Destinados a formar, informar ou entreter; e iii) Difundidos através de redes de comunicações eletrónicas, na aceção do n.º 4 do artigo 2.º do Código Europeu das Comunicações Eletrónicas».

A Lei da Televisão fornece ainda uma definição para o que se entende ser “vídeo gerado pelos utilizadores”, ou seja, «um conjunto de imagens em movimento, com ou sem som, que: i) Constitui um elemento autónomo, independentemente da sua duração; ii) É criado por um ou mais utilizadores; e iii) É carregado para uma plataforma de partilha de vídeos pelo utilizador que o criou ou por outros utilizadores».

A importância reconhecida a estes serviços é compreensível, em razão da crescente penetração que as mesmas vêm alcançando junto de um número crescente de utilizadores e da sua progressiva intersecção com o universo audiovisual “clássico”. Embora os fornecedores desses serviços não detenham, por norma, responsabilidades editoriais pelos conteúdos armazenados nas suas

plataformas, a Lei da Televisão impõe a esses mesmos fornecedores a adoção de um conjunto de “medidas adequadas” relativas à organização desses mesmos conteúdos (cfr. o artigo 69.º-B da LTSAP) e tendentes a assegurar a proteção dos menores quanto a conteúdos nocivos e a proteção dos cidadãos contra o incitamento ao ódio ou à violência, devendo aqueles garantir a implementação das funcionalidades obrigatórias previstas no artigo 69.º-C da Lei da Televisão.

À ERC cabe avaliar a adequação de tais medidas (artigo. 69.º-D da LTSAP), para isso, desde logo, sendo necessária a identificação dos prestadores de serviços. Assim e à semelhança do que sucede para os serviços audiovisuais a pedido, os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos (doravante, ppv's), sob jurisdição do Estado Português (cfr. artigo 3.º, n.º 1, alínea c), da LTSAP), estão sujeitos à obrigação de registo, devendo comunicar à ERC os elementos necessários para tal efeito e proceder à sua atualização, se necessário (cfr. artigo 19.º, n.ºs 3 e 4, da LTSAP).

Até ao final de 2022 apenas foram registados dois serviços de plataforma de partilha de vídeos, MEO Kanal e SAPO Vídeos, ambos detidos pelo operador MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.

No que respeita a medidas adotadas por este operador, os utilizadores do MEO Kanal (subscritores dos serviços MEO ADSL ou Fibra) podem denunciar sempre que considerem que o conteúdo disponibilizado viola uma disposição legal ou os termos de uso da plataforma. A MEO assume o compromisso de envidar os melhores esforços para resolver a situação relatada o mais rápido possível, reservando-se o direito de retirar do serviço, sem prévio aviso ao usuário, qualquer conteúdo que se mostre ofensivo aos bons costumes, ilegal, malicioso, pornográfico, violento, discriminatório, ofensivo, que possa violar a privacidade de terceiros ou qualquer conteúdo para o qual o usuário não comprove ser titular dos respetivos direitos autorais. Salvaguarda, também, o direito de suspender ou cancelar, de imediato e sem aviso prévio, o acesso ao site do serviço, bem como a visualização dos referidos conteúdos através da aplicação MEO Kanal se as obrigações contidas nos termos de uso não forem respeitadas. Este operador pode ainda retirar, sem qualquer prévio aviso ao usuário, conteúdo disponibilizado através do serviço cuja ilicitude seja manifesta ou sempre que solicitado por entidade competente nos termos legais.

A intervenção do regulador em situações de conteúdos disponibilizados pela internet está, em grande medida, dependente da denúncia ou queixa dos utilizadores, atendendo à profusão de conteúdos e sites existentes e dependerá sempre da determinação da jurisdição. No âmbito de fóruns internacionais, nomeadamente o Grupo de Reguladores Europeus para o Audiovisual (ERGA), que a ERC integra, é garantida a cooperação entre os reguladores dos diferentes Estados-membros com vista à apreciação e, se possível, resolução de uma qualquer denúncia ou queixa contra um serviço de ppv's sob jurisdição de outro Estado-membro.

Em 2022 não deram entrada na ERC quaisquer queixas ou denúncias contra os dois serviços de plataformas de partilha de vídeos registados.



Morada

Avenida 24 de Julho, n.º 58
1200-869 Lisboa

Contactos

Tel: +351 210 107 000
Fax: +351 210 107 019
Geral: info@erc.pt