



ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

2023

RELATÓRIO
DE REGULAÇÃO

2023

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

TÍTULO:

"Relatório de Regulação 2023"

EDIÇÃO:

ERC—Entidade Reguladora para a Comunicação Social

SUPERVISÃO GERAL:

Conselho Regulador da ERC

Helena Sousa

Pedro Correia Gonçalves

Telmo Gonçalves

Carla Martins

Rita Rola

COORDENADORES DE ÁREAS:

Joana Duarte

Departamento de Supervisão

Marta Carvalho

Departamento Jurídico

Tânia de Morais Soares

Departamento de Análise de *Media*

Adelaide de Jesus

Unidade de Biblioteca, Documentação e Arquivo

Ana Isabel Ferreira

Unidade de Contraordenações

Ana Teresa Esteves

Unidade de Transparência dos *Media*

Catarina Rodrigues

Unidade de Comunicação e Relações Exteriores

Vanda Cruz

Unidade de Registos

CONCEÇÃO GRÁFICA E PAGINAÇÃO:

Madde Comunicação

REVISÃO:

Consenso Global Lda

ISSN:

1647-8959

Lisboa, agosto de 2024

ÍNDICE

VOLUME I

APRESENTAÇÃO	4
SUMÁRIO EXECUTIVO	8
ATIVIDADE REGULATÓRIA	41
Os caminhos da regulação	42
Mapeamento da regulação pela ERC em 2023	63
Deliberações do Conselho Regulador	77
Literacia mediática	97
A atividade contraordenacional da ERC – breve síntese	121
OS MEIOS	
Publicidade institucional do Estado	128
Registo de órgãos de comunicação social	143
Sondagens e inquéritos de opinião	164
Análise económico-financeira do setor de <i>media</i> em Portugal - 2023	182
Transparência dos <i>media</i> : Titularidade, gestão e meios de financiamento	203
RADIODIFUSÃO SONORA	
Análise das obrigações de programação da rádio pública – Antena 1, Antena 2 e Antena 3	236
Títulos habilitadores para o exercício de radiodifusão sonora e fiscalização das rádios locais em 2023	277
Quotas de música portuguesa	289
Quotas de música portuguesa - serviço público	311

VOLUME II

TELEVISÃO	
Pluralismo e diversidade nos serviços de programas televisivos:	323
Análise das obrigações de programação - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3	323
Anúncio da programação, publicidade televisiva e níveis de volume sonoro	391
Acessibilidade dos serviços de programas televisivos e serviços audiovisuais a pedido	408
Difusão de obras audiovisuais: defesa da língua portuguesa	433
Difusão de obras audiovisuais: produção europeia e produção independente	446



VOLUME I

APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO



Em 2023, a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação entrou num novo ciclo. No dia 7 de novembro, na Assembleia da República, tomou posse o Conselho Regulador composto por Helena Sousa, Pedro Correia Gonçalves, Telmo Gonçalves, Carla Martins e Rita Rola, assumindo coletivamente a responsabilidade de definir e implementar a atividade reguladora, nos termos da lei, para um mandato de cinco anos (2023-2028).

O Relatório de Regulação 2023 que remetemos à Assembleia da República e que disponibilizamos publicamente é, no essencial, resultado do trabalho do anterior Conselho Regulador e de todos os trabalhadores da ERC que, durante o ano de 2023, deram o melhor de si e que, em 2024, prepararam este documento que tão detalhadamente apresenta o desempenho da instituição para apreciação e debate público.

Numa fase de arranque de um novo ciclo, importa reconhecer o trabalho realizado por todos os Conselhos Reguladores, desde a fundação da ERC, em 2005/2006, substituindo então a Alta Autoridade para a Comunicação Social, e por todos os membros da ERC que, em tempos diferentes e em interação interna e externa, foram desenvolvendo a capacidade regulatória da entidade.

A atividade da ERC, em 2023, espelha bem o percurso de pensamento e de ação enquanto instituição pública em permanente mudança. A regulação dos media, ainda que sempre alicerçada na lei, tem uma natureza necessariamente dinâmica, estando em permanente reconstrução os seus instrumentos de monitorização, de fiscalização e de supervisão. Esta afinação dos mecanismos de aplicação da lei e do desenvolvimento da doutrina da ERC está patente nas mais de cinco mil deliberações aprovadas ao longo do seu percurso, e disponíveis a todos no seu sítio eletrónico.

As 464 páginas deste Relatório de Regulação, e mais resumidamente o seu Sumário Executivo, exprimem a vasta atividade da ERC ao abrigo dos seus Estatutos e da Constituição. O artigo 39.º da Constituição afirma que compete ao regulador assegurar nos meios de comunicação social: o direito à informação e a liberdade de imprensa; a não concentração da titularidade dos meios de comunicação social; a independência perante o poder político e o poder económico; o respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais; o respeito pelas normas reguladoras das atividades de comunicação social; a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião e o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política.

Nos estatutos da ERC (artigo 24.º) estão apresentadas, ainda com mais detalhe, as inúmeras competências do Conselho Regulador. O trabalho realizado pela ERC, nas mais diversas vertentes, corresponde, portanto, à tentativa de resposta às diversas competências e funções previstas na Constituição e na Lei. Sintetizando em números a atividade da ERC, em 2023, a instituição aprovou 467 deliberações, 391 informações, foram abertos 1234 processos e foi dada resposta a 8856 entradas. Os cidadãos procuram a ERC e os cerca de 2000 órgãos de comunicação social que operam no âmbito da regulação da ERC estão, necessariamente, em contacto com a instituição.

A análise dos descritores associados às deliberações finais da ERC permite identificar que a temática mais abordada durante o ano de 2023 foi *conteúdos jornalísticos e rigor informativo*. As outras temáticas mais expressivas neste ano foram: *direito de resposta, transparência dos media, direitos de personalidade, direitos fundamentais, isenção informativa, discriminação étnica e proteção de menores*.

Independentemente da atenção que merecem todas áreas de atuação da ERC e que estão bem patentes neste Relatório, estes resultados constituem necessariamente um ponto de partida para o trabalho que o atual Conselho Regulador iniciou ainda em novembro e dezembro de 2023 e que está a desenvolver durante o ano de 2024.

Os descritores associados às deliberações da ERC demonstram, com clareza, as preocupações dos cidadãos às quais a ERC procurou responder, na defesa dos valores nucleares numa sociedade democrática: a qualidade da informação, o rigor jornalístico, a independência editorial e a proteção dos direitos fundamentais.

A regulação dos *media* deve ser um exercício coletivo e, sem cidadania ativa e crítica, o trabalho do regulador ficará sempre aquém do que merecem os públicos mais desprotegidos e com mais limitações em termos de acesso a bens culturais, entre os quais se inclui o direito à informação e à diversidade de expressões artísticas e de leituras do mundo.

Este exercício é especialmente importante quando a desinformação e a mentira tocam o nervo dos regimes democráticos. As democracias têm por base a confiança entre os cidadãos, e entre os cidadãos e as instituições que representam e defendem os seus superiores interesses. Sem esta base, sem o chão comum que permite o diálogo, a discordância e o contraditório, as sociedades vão perdendo a sua resiliência epistémica e, conseqüentemente, a possibilidade de uma vida plena, rica, diversa e plural. Sem confiança e sem aceitação da diferença, as democracias estão sempre em risco.

Consciente desta fragilidade, o atual Conselho Regulador, quando tomou posse em finais de 2023, iniciou a reflexão sobre o trabalho que pretendia desenvolver em 2024 e, mais amplamente, durante todo o seu mandato. Foi em diálogo que desenvolveu uma proposta de dez eixos estratégicos para o mandato de 2023-2028, tendo tido a oportunidade de apresentar e discutir a sua visão na Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto da Assembleia da República e em reunião com o Conselho Consultivo da ERC. Foi também possível, em consulta pública, auscultar os cidadãos e outras entidades que quiseram entrar no debate.

Deste exercício, duas ideias se destacam e estão patentes, de modo transversal, nos eixos estratégicos que orientam a ação do Conselho Regulador: a aceleração da transformação digital e a necessidade de cooperação da ERC com todos os atores sociais que se preocupam com a democracia e com a qualidade do seu ambiente simbólico.

A comunicação digital faz parte do nosso quotidiano há décadas. A atividade da ERC em 2023 e nos anos mais recentes reflete já consideráveis preocupações com a comunicação digital. O atual Conselho Regulador pretende, neste novo mandato, capacitar fortemente a instituição para responder de modo mais ágil e mais fundo à rápida transformação digital da comu-

nicação nos nossos dias. A aceleração técnica, com transformações algorítmicas frequentemente opacas, mecanismos de recomendação indecifráveis nas plataformas digitais, utilização da inteligência artificial na produção de conteúdos e outros desenvolvimentos, são fenómenos que exigem especial atenção por parte da ERC.

É hoje amplamente reconhecido que os padrões de consumo mediático mudaram profundamente e o enquadramento legal da comunicação social em Portugal precisa urgentemente de ser alterado para que a ERC disponha dos instrumentos necessários para implementar os princípios e os valores democráticos que a lei estabelece. No quadro das suas competências consultivas, a ERC procurará, sempre que solicitada, apoiar o processo legislativo, com total independência, contando com a dedicação da sua melhor competência técnica.

No contexto europeu, a ERC terá necessariamente um papel a desempenhar na implementação do novo quadro regulatório para o digital da União Europeia, participando ativamente na transição do ERGA (*European Regulators Group for the Audiovisual Media Services*) para o *European Board for Media Services*, garantindo a implementação do Regulamento dos Serviços Digitais (*Digital Services Act*), do Regulamento para a Liberdade dos Meios de Comunicação Social (*European Media Freedom Act - EMFA*), acompanhando a aplicação do Regulamento dos Mercados Digitais (*Digital Markets Act*) e do Regulamento sobre a Inteligência Artificial, assegurando a aplicação da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA) às plataformas de partilha de vídeos e desenvolvendo os mecanismos adequados de supervisão das plataformas digitais, com especial foco nos conteúdos ilícitos, na proteção de crianças e jovens. Na UE procura-se melhorar antigos instrumentos e desenvolver novos, ainda que o caminho para a implementação eficaz seja ainda longo e difícil.

A atenção que a ERC dará à transformação paradigmática da comunicação digital e à sustentabilidade do setor está também estritamente articulada com a necessidade de trabalhar em rede. No mundo de comunicação global em que vivemos é urgente fortalecer redes de colaboração para dar respostas mais articuladas e mais eficientes às necessidades dos cidadãos. A Europa enfrenta desafios novos de grande dimensão e com impacto transversal nas mais diferentes áreas da sociedade e que exigem novas formas de pensar a regulação mediática.

É indispensável uma articulação estreita com os regulados e seus representantes, com outras entidades reguladoras, dentro e fora do país, com a academia e centros de conhecimento, com associações e estruturas de representação profissional, com reguladores nacionais e internacionais. Sendo uma entidade administrativa independente prevista na Constituição da República Portuguesa, a ERC assume as suas vastas responsabilidades, mas a regulação mediática precisa de um conjunto amplo de entidades comprometidas com a defesa dos direitos informativos e culturais. A autorregulação é indispensável: mais provedores, mais livros de estilo, mais formação e mais reflexão ética e deontológica nas redações, nas empresas e nas instituições.

Também os cidadãos são chamados a este processo de análise crítica dos conteúdos. É indispensável a literacia mediática e a literacia digital. É indispensável a capacitação dos cidadãos, ao longo da vida, para habitarem responsavelmente os espaços mediáticos. A eficácia da regulação depende, pois, da articulação de muitas vontades, do encontro de saberes e de múltiplas ações que, desdobrando-se, se apoiam e reforçam mutuamente. A defesa dos ideais democráticos, enquanto vivemos em democracia, é tarefa de todos e o melhor legado que podemos deixar às gerações vindouras.

Helena Sousa

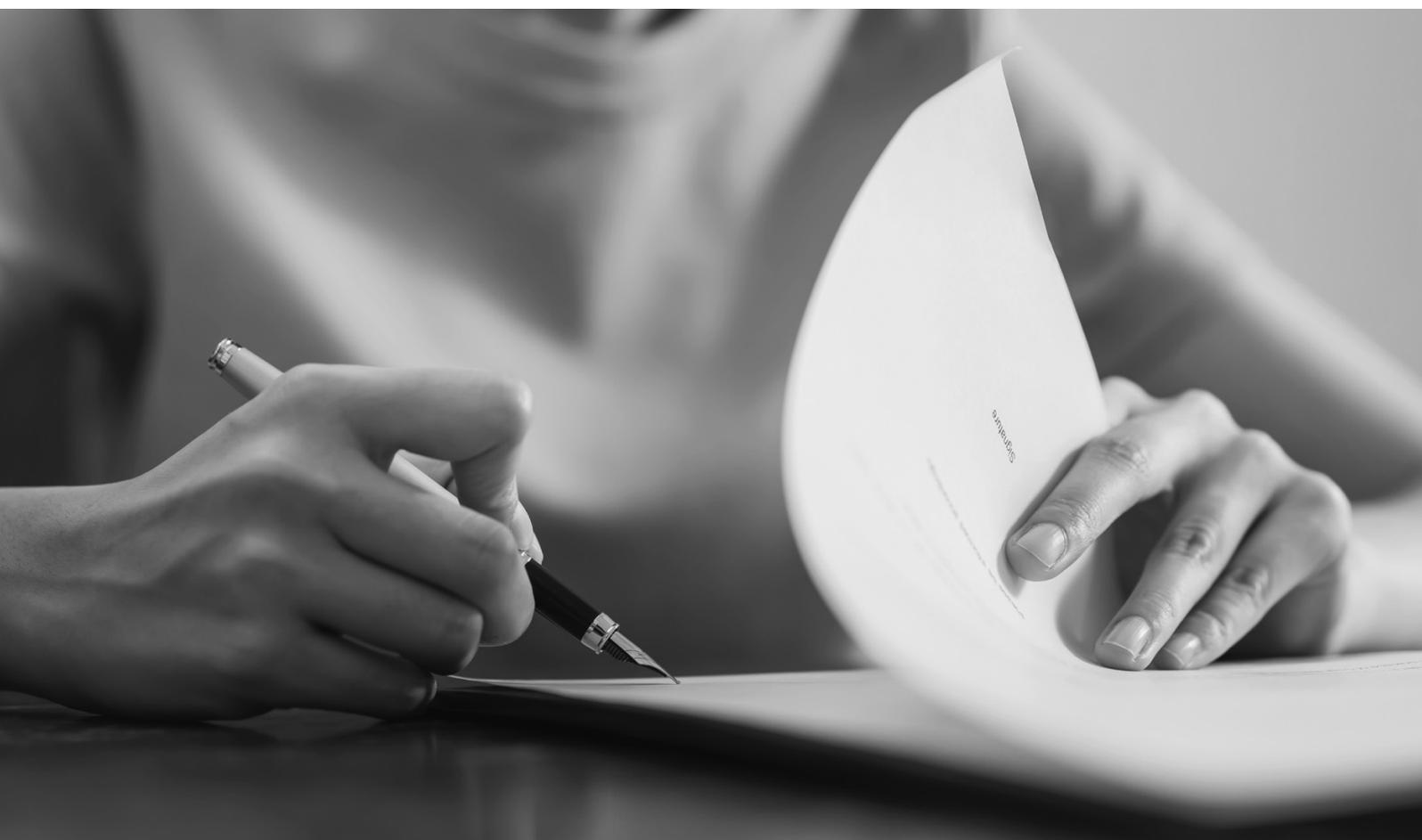
Presidente do Conselho Regulador



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

OS CAMINHOS DA REGULAÇÃO

A ERC iniciou uma linha de trabalho dedicada aos *media* digitais há uma década e tem procurado acompanhar a rápida evolução do ambiente digital que se reflete também ao nível da regulação do ecossistema da comunicação *online* a nível europeu, com especial aceleração a partir de 2018.

No plano nacional, a ação da ERC ao longo de 2023 foi marcada sobretudo pela tomada de decisões na **regulação das plataformas de partilha de vídeos (PPV)** – duas deliberações relativas a um fornecedor deste tipo de serviços – e da **desinformação** – duas deliberações relativas à utilização abusiva e da identidade gráfica de órgãos de comunicação social manipulados para difundir mensagens de cariz político. Ambas as áreas são novas na ação regulatória da ERC.

A recente área de competências relacionada com a **regulação de certos aspetos da atividade das PPV** desenrola-se como seguimento natural do trabalho prévio desenvolvido internamente sobre os desafios mais relevantes colocados neste campo, designadamente os relacionados com as questões da **jurisdição** e os relacionados com o registo de fornecedores de PPV (e de serviços audiovisuais a pedido) sob jurisdição nacional e disponibilização pública da respetiva lista. As conclusões deste trabalho foram adotadas no início de 2023 e apoiam a atividade da ERC neste novo campo da regulação.

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], é de especial relevância a partilha de conhecimento ao nível da implementação de **sistemas de verificação de idade em serviços de PPV que distribuem conteúdos pornográficos**, no contexto da implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisuais (Diretiva SCA).

Quanto às iniciativas destinadas a fazer face ao fenómeno da desinformação, o ano de 2023 foi sobretudo marcado pela ação junto do ERGA em relação à implementação, monitorização e avaliação da eficácia do **“Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado”**, adotado pelos signatários em junho de 2022. A tarefa tem-se revelado complexa e gerado intenso trabalho no seio da *Task force* Permanente do Código de Conduta, de que o ERGA faz parte através da participação de alguns dos membros do Subgrupo 3 *“Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment”*. As atividades têm incluído a construção de um quadro teórico adequado à avaliação da eficácia do Código, destacando-se a elaboração de indicadores quantitativos para avaliação dos efeitos da aplicação do código na circulação de desinformação e respetivas métricas e a conceção de uma metodologia de avaliação e de uma ferramenta que venham a permitir que os reguladores nacionais possam verificar e avaliar a implementação das medidas do Código nos seus territórios.

A orientação para a regulação do espaço digital em vários domínios por parte das instâncias europeias é evidente nos últimos anos, sendo o **Regulamento dos Serviços Digitais** (*Digital Services Act*) uma das faces mais visíveis. O regulamento 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, tendo ficado plenamente aplicável a partir de 17 de fevereiro de 2024, pelo que conhecerá desenvolvimentos nas regras de execução, nomeadamente em Portugal, ao longo de 2024.

Na mesma linha e com interação com este regulamento, refira-se 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**, que estiveram sob atenção da ERC em 2023, através da participação nas iniciativas do ERGA a este propósito.

MAPEAMENTO DA REGULAÇÃO PELA ERC EM 2023

Iniciativas de Regulação

Enumeram-se as principais ações que a ERC começou ou concluiu durante 2023, em matéria de regulação e de supervisão.

ERC lança Portal dos Registos

No dia 1 de março de 2023, a ERC lançou, no endereço <https://portalregistos.erc.pt>, o Portal dos Registos para dinamizar e modernizar o acesso aos atos de registo dos órgãos de comunicação social e o modo de condução de ulteriores alterações.

O Portal dos Registos veio permitir a consulta dos elementos constantes no registo existente, bem como a submissão eletrónica dos dados e documentos necessários a novos processos de registo e respetivos averbamentos.

ERC revê critérios de apreciação dos pedidos de confidencialidade que lhe são submetidos ao abrigo do regime jurídico da transparência

No dia 3 de maio de 2023, a ERC colocou em consulta pública as linhas de orientação para a apreciação dos pedidos de confidencialidade que lhe são submetidos ao abrigo do regime jurídico da transparência. As Linhas de orientação foram aprovadas, em 2019, pelo Conselho Regulador e foram os critérios que, entre 2020 e 2023, orientaram a análise de 130 pedidos de confidencialidade.

No dia 30 de agosto de 2023, o Conselho Regulador procedeu formalmente à revisão das linhas de orientação com a adoção da [Deliberação ERC/2023/353 \(TRP-MEDIA\)](#) que publica a redação atualizada dos critérios que orientam a análise que o regulador doravante passou a conduzir aos pedidos de confidencialidade.

ERC faz propostas de alteração à Lei da Rádio e à Lei de Imprensa

A ERC remeteu à Assembleia da República, no dia 14 de julho de 2023, para apreciação e discussão com regime de urgência, uma proposta de Projeto de Lei de alteração à Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro,) e uma proposta de Projeto de Lei de alteração à Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Este envio ocorreu ao abrigo da competência consultiva prevista no artigo 25.º dos Estatutos da ERC que prevê que a Entidade, por sua iniciativa, pode sugerir ou propor medidas de natureza política ou legislativa nas matérias atinentes às suas atribuições.

ERC dá início ao procedimento para revisão do Regulamento sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão

Por Deliberação do Conselho Regulador, de 23 de agosto de 2023, foi dado início ao procedimento conducente à revisão do [Regulamento n.º 36/2011](#), da ERC, sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão.

A revisão proposta decorre das alterações ao normativo aplicável à atividade, quer pela aprovação da Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, transposta para o ordenamento jurídico nacional pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, quer pela aprovação da Diretiva (UE) 2019/882 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 e abril de 2019, transposta pelo Decreto-Lei n.º 82/2022, de 6 de dezembro.

ERC enuncia princípios aplicáveis ao direito de acesso de jornalistas a locais públicos

No seguimento de um pedido de informação sobre direito de acesso de jornalistas a espaços abertos ao público, submetido pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, o Conselho Regulador emitiu, no dia 9 de novembro, a [Deliberação ERC/2023/408 \(DJ\)](#), em que sintetiza o quadro normativo e os princípios gerais aplicáveis em matéria de exercício do direito de acesso que vêm norteando as pronúncias da Entidade.

Nesse documento, o regulador explica que o direito de acesso à informação integra o núcleo essencial da liberdade de imprensa e é um direito fundamental dos jornalistas. Assim, enquanto princípio geral, estes profissionais têm, no desempenho da sua atividade, e em razão desta, liberdade de acesso às fontes de informação necessárias à realização do direito à informação, na sua tríplice configuração: direito de informar, de se informar e de ser informado.

ERC sensibiliza OCS para regras da cobertura informativa de guerras e conflitos armados

O Conselho Regulador da ERC emitiu, no dia 29 de novembro de 2023, um Comunicado em que recorda aos órgãos de comunicação social a necessidade de acompanharem escrupulosamente o conjunto de recomendações constantes da [Diretiva 2022/1](#) – para a cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados, de 24 de agosto de 2022.

O Regulador disse reconhecer o relevante papel dos órgãos de comunicação social na tomada de conhecimento e na consciencialização de situações de guerras e conflitos, prosseguindo os direitos de informar e de ser informado, constitucionalmente garantidos no artigo 37.º, n.º 1 da Constituição da República Portuguesa.

ERC expressa preocupação sobre situação do Grupo Global *Media*

No dia 29 de dezembro, a ERC emitiu um comunicado em que disse continuar a acompanhar com preocupação a situação do Grupo Global *Media* e as mais recentes notícias sobre a incerteza quanto às condições de trabalho dos seus profissionais.

O regulador declarou que a grave perturbação que atingia os órgãos de comunicação social que constituíam o grupo, entre os quais se encontram vários meios históricos e de referência, suscitava apreensões sérias ao nível da preservação do pluralismo no sistema mediático nacional e que a ERC estava a prosseguir todas as medidas que entende serem úteis e adequadas, no exercício estrito das suas competências de regulação e supervisão.

ERC eleita para Grupo de Alto Nível sobre o Regulamento Mercados Digitais

O Vogal do Conselho Regulador da ERC, Telmo Gonçalves, foi eleito um dos representantes do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais no Grupo de Alto Nível sobre o Regulamento Mercados Digitais, que visa prestar aconselhamento especializado à Comissão Europeia.

O Grupo de Alto Nível foi criado em março de 2023 e é composto por 30 membros nomeados pelo Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Eletrónicas, pela Autoridade Europeia para a Proteção de Dados, pelo Comité Europeu para a Proteção de Dados, pela Rede Europeia da Concorrência, pela Rede de Cooperação no domínio da Defesa do Consumidor e pelo Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de *Media* Audiovisuais. O Grupo tem um mandato de dois anos e reunir-se-á, pelo menos, uma vez por ano.

A génese do Grupo de Alto Nível é prestar aconselhamento e conhecimentos especializados à Comissão Europeia para assegurar que o Regulamento Mercados Digitais e outros regulamentos setoriais aplicáveis aos controladores de acesso são aplicados de forma coerente e complementar. Adicionalmente, poderá também disponibilizar conhecimentos especializados em investigações de mercado sobre serviços e práticas emergentes, a fim de ajudar a garantir que o Regulamento Mercados Digitais está preparado para o futuro.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

Em 2023, a ERC prosseguiu a sua ação como membro permanente do [GILM](#) - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 11.ª edição da operação nacional dedicada à promoção da educação para os *media* “7 dias com os *Media*” e no [VI Congresso Literacia, Media e Cidadania](#), dedicado ao tema “[Transição Digital e Políticas Públicas](#)”.

Em matéria de literacia mediática, assinala-se também o facto de uma equipa do Departamento de Análise de *Media* da ERC ter dinamizado, nos dias 18 e 20 de janeiro e na semana de 13 de março, na Biblioteca de Marvila e na Biblioteca Municipal Palácio Galveias, em Lisboa, sessões formativas sobre “Desinformação e Fake News” e “Estereótipos, discurso de ódio e discriminação” com o objetivo de desenvolver o pensamento crítico e a capacidade de os formandos reagirem a mensagens sem veracidade e a posições extremadas.

Ainda neste quadro, a ERC promoveu, no dia 16 de junho, o “Encontro Literacia mediática e inclusão”, em parceria com a [4Change](#), no decurso do qual foram apresentadas as versões portuguesas das quatro publicações do projeto “[TeamUp! - Media for Adult Education!](#)”: *Kit* de ferramentas de literacia mediática; Manual de boas práticas para formação em literacia mediática; *Curriculum TeamUp!* e *Toolkit* de ferramentas MIL *online*.

No contexto de promoção de ações de literacia mediática junto dos cidadãos, sobressai também o facto de a ERC ter conduzido nos dias 27, 28 e 29 de novembro, em Avis, Estremoz, Mora e Pavia, um conjunto de sessões de sensibilização dedicadas às temáticas da Desinformação *online*, Estereótipos e Discurso de Ódio nos *media*, dirigidas a menores em idade escolar, a adultos e a seniores, visando a sensibilização e promoção de conhecimento, competências e pensamento crítico na interação com/atraves dos *media*.

Com esta iniciativa a ERC visou descentralizar o contacto com os cidadãos e intervir numa das regiões do país mais afetada pelos «desertos noticiosos», conforme alerta o estudo “[Desertos de Notícias Europa 2022 – Relatório de 2022](#)”, que relaciona a ausência ou quase ausência do jornalismo com a sua possível ocupação «por outras realidades menos comprometidas com a procura pela verdade, pela ética e a deontologia» como é o caso da desinformação.

ERC mantém relações com entidades reguladoras nacionais e estrangeiras

Em 2023, a ERC continuou a estabelecer canais de comunicação e de troca de experiências, de boas práticas e de cooperação com reguladores nacionais e de outras regiões do globo.

| A ERC em Números

Sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2023:

- 467 Deliberações;
- 391 Informações;
- 45 Reuniões do Conselho Regulador;
- 3 Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto.

E ainda:

- 8856 Entradas;
- 1234 Processos abertos;
- 79 Recursos humanos;
- 6900,30 euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas);
- 249 999,39 euros de coimas cobradas;
- 11 Publicações.



Estudos da ERC

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 2023:

- [Relatório “Acessibilidade dos Serviços de Programas Televisivos em 2022”](#)
- [Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2022”](#)
- [Relatório “Difusão de Música Portuguesa em 2022”](#)
- [Estudo “A Rádio Local na Sociedade Portuguesa”](#)
- [Estudo “A Sustentabilidade do Setor da Comunicação Social”](#)
- [Relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática](#)
- [Relatório “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2022”](#)
- [Estudo “Análise Económica e Financeira ao Setor dos Media em Portugal no ano 2021”](#)
- [Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político](#)

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

Em 2023, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 467 deliberações: 442 corresponderam ao encerramento formal de processos e 25 a projetos de deliberação, refletindo uma etapa intermédia do procedimento¹.

A análise aos descritores associados a cada uma das 442 deliberações finais da ERC permite identificar que a temática mais abordada é a dos conteúdos jornalísticos e rigor informativo (155 deliberações). As seguintes 7 temáticas mais expressivas são Direito de Resposta (59), Transparência dos *Media* (39), Direitos de personalidade (37), Direitos fundamentais (27), Isenção informativa (25), Discriminação étnica (22) e Proteção de menores (22).

As queixas e participações que visam o meio Televisão representam 26,02 % (115 deliberações) e são sobretudo motivadas por questões de conteúdos jornalísticos e programáticos – como faltas de rigor informativo e matérias respeitantes aos limites à liberdade de programação em *reality shows*, *talk shows* e programas humorísticos. Os 3 programas de televisão mais visados nas deliberações são o “Jornal da Noite”, da SIC; o “Casa Feliz”, da SIC, e o “Dois às 10”, da TVI.

Segue-se a Internet, com 93 deliberações (21,04 %), a imprensa, com 82 deliberações (18,55 %) e a Rádio com o registo de 62 deliberações (14,03 %). As queixas e participações que incidem sobre situações que envolvem OCS diferentes ou que se apresentam em formatos distintos representaram um peso de 10,08 %, com 45 deliberações.

As decisões que respeitam a entidades credenciadas para realização de sondagens surgem com um peso de 1,13 % num total de 5 deliberações e verifica-se a existência de uma única deliberação relacionada com uma agência de notícias (0,23 %).

Em 2023, verifica-se a aprovação de 10 deliberações sobre a cobertura noticiosa de acontecimentos relativos à “Guerra na Ucrânia”, surgindo como característica mais denunciada a falta de rigor informativo. Não se registaram deliberações relativas ao conflito Israel/Hamas.

No ano 2023, a ERC analisou também participações e queixas reencaminhadas por outras instituições, por versarem matérias da competência desta Entidade. As instituições que as encaminharam foram a Comissão para a Igualdade e

¹ Estão em causa situações como a notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador. As deliberações da ERC que correspondem a momentos intercalares antes da decisão final não são alvo de publicação no sítio eletrónico da ERC.

Contra a Discriminação Racial (5); a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG) (2) e o Alto Comissariado para as Migrações (ACM) (1).

Em 2023, o Conselho Regulador pronunciou-se, em 5 Pareceres, sobre iniciativas legislativas na sua esfera de atribuições, que lhe foram submetidas pela Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, pela Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, pela Comissão Parlamentar de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias e pelo Governo. Por sua iniciativa remeteu também duas propostas à Assembleia da República: Projeto de Lei de alteração à Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro,); e Projeto de Lei de alteração à Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro).

Em 2023, registam-se 35 deliberações em que o Conselho Regulador da ERC decidiu a abertura de processos contraordenacionais a proprietários de órgãos de comunicação social. Nesse ano, o Conselho deu também por concluídas 32 decisões de processos contraordenacionais anteriores, tendo como desfecho a aplicação de 23 coimas, sendo a mais elevada no valor de 350 000 euros.

Em 2023, o Conselho Regulador aprovou também 391 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

De 2006 a 2023, a ERC aprovou um total de 5462 deliberações.

LITERACIA MEDIÁTICA

Este capítulo retrata a atividade de literacia mediática (LM) do regulador no ano correspondente, considerando, por um lado, as iniciativas de continuidade, e por outro, aquelas delimitadas temporalmente, de âmbito nacional ou internacional.

Importa sublinhar que este é um ano assinalado por novidades ao nível das políticas públicas que marcam o campo de literacia mediática em Portugal, por estabelecerem novos compromissos para os quais a ERC tem contribuído.

Atividades de continuidade

Nível Nacional

No que respeita ao trabalho desenvolvido no Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)², saliente-se o envolvimento da ERC no grupo de trabalho interno que teve como objetivo a organização do VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania subordinado ao tema “Transição Digital e Políticas Públicas”. Além do trabalho desenvolvido no contexto da Comissão Executiva do evento, é de salientar a participação do vogal do Conselho Regulador da ERC e supervisor da área da literacia mediática, à data, na Sessão Plenária III intitulada “Literacia Mediática: Desafios para as Políticas Públicas”.

A participação da ERC no evento materializou-se na dinamização do *workshop* intitulado “Acessibilidades: ver, ouvir, sentir e participar”, em que os participantes foram convidados a perceber a importância da acessibilidade dos conteúdos dos *media* para o desenvolvimento da literacia mediática dos cidadãos, em respeito por iguais oportunidades de utilização desses *media*, independentemente das barreiras que possam ter. Duas equipas técnicas da ERC apresentaram comunicações: “Notícias da guerra. Literacia mediática para a informação televisiva” e “Team up – *media* for adult education! Experiências colaborativas na transição digital” (em parceria com a 4Change).

² Criado em 2009, o GILM tem o objetivo de promover a literacia mediática em Portugal. A ERC faz parte do grupo de instituições que são membros fundadores do GILM: www.gilm.pt.

Pela relação com o regulador, merece destaque o facto de no Congresso se ter feito uma homenagem póstuma a Mário Mesquita (falecido a 27 de maio de 2022), jornalista, professor, investigador, vice-presidente do Conselho Regulador da ERC, à data, e anterior coordenador da área de literacia mediática.

No que respeita a atividades em parceria com o GILM, é de salientar a participação no grupo de trabalho responsável pela coorganização da 11.ª edição da Operação 7 Dias com os *Media3*, que colocou a tónica na temática “Admirável Mundo Novo da IA? O que nos dizem os algoritmos?”. A participação nesta operação ocorreu ainda através da participação da ERC no debate “Encontros sobre os *media* para miúdos e graúdos: Como gerir a desinformação?”, uma iniciativa promovida pela Associação de Pais e Encarregados de Educação da Escola Paula Vicente (Lisboa) e a supra-mencionada 4Change. A iniciativa – simbolicamente registada no *website* da operação – propôs uma reflexão conjunta sobre “*fake news*” e desinformação em contexto escolar a partir de um caso viral (a “ameaça de ataque às escolas”, a 20 de abril de 2023).

Em 2023, o GILM também regressou aos FILM (Fóruns Informais de Literacia Mediática), tendo escolhido associar a oitava edição à *Global Media Literacy Week*, a semana internacional promovida pela UNESCO. A ERC participou, em outubro, na coorganização do VIII FILM, dedicado à vertente da literacia fílmica e audiovisual concretizado sob o formato de uma *masterclass*. “3...2...1...*FILM!* – Sobre realizar e produzir para cinema e televisão” foi o título da aula aberta dada pelo realizador e produtor português Manuel Pureza a convite do GILM em parceria com o Plano Nacional de Cinema (PNC).

Ações de sensibilização (experiência-piloto)

Aproveitando as aprendizagens resultantes de ações de sensibilização e consciencialização que a ERC vem realizando há vários anos, sobre as temáticas da desinformação *online*, estereótipos nos *media* e discurso de ódio *online*, em novembro de 2023, foi implementada a iniciativa “Literacia Mediática – Educação não formal - Ações de sensibilização em quatro localidades alentejanas. A atividade⁴ teve o duplo objetivo de dinamizar ações de sensibilização junto do público adulto/sénior e do escolar (alunos do 3.º ciclo e do secundário) e realizar encontros para sensibilizar potenciais facilitadores a nível local de ações sobre temáticas de literacia mediática - animadores socioculturais, bibliotecários, educadores, representantes das autarquias, da imprensa regional e outros interessados.

A experiência foi encarada como piloto na medida em que permitiu um contacto direto com populações fora da área urbana litoral, junto das quais se procurou apurar o interesse no desenvolvimento de uma rede de cooperação sobre literacia mediática a nível local.

Nível internacional

As atividades de continuidade de âmbito internacional passaram sobretudo pelo envolvimento da ERC nos grupos de trabalho inseridos em plataformas de reguladores.

Foi desenvolvido trabalho no âmbito do Grupo de Ação 2 – Literacia Mediática do *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (ERGA) com destaque para a produção do “ERGA Media Literacy Report 2023 - Experiences on the reporting exercise pursuant to Article 33a(2) of the AVMSD”, que incidiu sobre a experiência das entidades reguladoras dos Estados-membros no seu primeiro exercício de elaboração de relatórios sobre a literacia mediática nos respetivos países. Também de notar a oportunidade - através de um *workshop* realizado em Bruxelas (em outubro) - de partilha de boas práticas nesta área por parte dos reguladores e de alguns fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos (PPV).

A ERC manteve presença nos encontros da EMIL, *task force* sobre literacia mediática e da informação da *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA), que possibilitou o acompanhamento das atividades em curso noutros países e o aprofundamento do conhecimento sobre vertentes atuais da literacia mediática, como é o caso da literacia dos algoritmos.

³ 7 Dias com os *Media* é «uma Operação nacional anual que pretende sensibilizar para o papel e lugar que os *media* ocupam no quotidiano dos indivíduos e das sociedades. Todos os interessados em participar terão de desenvolver uma iniciativa, individual ou em grupo, que se relacione com o universo dos *media*».

⁴ A iniciativa – que foi associada à 12.ª edição da *Global Media and Information Literacy Week* da UNESCO.

No *Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes* (RIRM), é de referir que a ERC partilhou informação sobre a sua atividade no encontro que o seu grupo de trabalho sobre literacia mediática teve oportunidade de realizar em 2023.

No contexto da *Plataforma de Reguladores del Audiovisual Iberoamericano* (PRAI), a ERC participou em duas iniciativas do grupo de alfabetização mediática: a conclusão do projeto “mSchools – Desafio de educação para os *media* 2022/2023” e o “Mapeamento do estado da literacia mediática e informacional (AMI) nos países Ibero-americanos”.

Outras iniciativas que marcaram o ano

Projetos em conclusão

No que respeita a projetos iniciados em 2022, o ano 2023 fica marcado pela conclusão de dois de âmbito internacional: o *TeamUp! - Media for adult education!*⁵ (dirigido à formação de formadores de adultos, tendo por base metodologias de educação não formal) e o *mSchools – Desafio de educação para os media 2022/2023*⁶ (dirigido ao reconhecimento público e formação de professores em LM).

No caso do *TeamUp! - Media for adult education!*, com a participação na segunda e terceira sessão de formação de formadores, a primeira em Lisboa, a última em Évora. Dando seguimento ao trabalho iniciado em 2022, a ERC ficou responsável pela dinamização de dois módulos, um relacionado com a desinformação *online* e outro com a articulação das temáticas estereótipos nos *media* e discurso de ódio *online*. Salienta-se a participação no evento final do projeto - uma *Mil'athon* realizada em junho em Lisboa – durante a qual foi partilhada a visão do regulador, bem como recursos pedagógicos disponibilizados pelo projeto.

Quanto ao “mSchools – Desafio de educação para os *media* 2022/2023”, sobressai a participação na última etapa da primeira fase do projeto: o reconhecimento público no Mobile World Congress de Barcelona 2023 das seis experiências de educação para os *media* vencedoras do desafio⁷. Recorde-se que o desafio, numa primeira fase, teve como objetivo dar a conhecer e ajudar a melhorar experiências de educação para os *media* – em que fosse feito um uso crítico das tecnologias já implementadas por professores em estabelecimentos de ensino da Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal⁸. O objetivo geral era que essas experiências pudessem servir de inspiração a outros educadores em diferentes contextos de aprendizagem.

Atividades relacionadas com políticas públicas

Na abertura do supramencionado VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania – “Transição digital e políticas públicas”, foi anunciado pelo Ministro da Cultura o objetivo governativo de avançar com a formalização de um Plano Nacional para a Literacia Mediática (PNLM). A Resolução do Conselho de Ministros (RCM) n.º 142/2023, de 17 de novembro⁹ objetivou esse compromisso. Além de orientações para o futuro Plano, da definição de uma comissão interministerial para o concretizar, a RCM também define um conselho consultivo de acompanhamento do PNLM, que a ERC passa a integrar, juntamente com mais 13 instituições e cinco especialistas.

Também em 2023, a ERC foi chamada a dar cumprimento a uma das suas novas competências relacionadas com a literacia mediática introduzida na versão revista em 2020 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)¹⁰, artigo 93.ºA (Literacia Mediática): a elaboração de um «relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática em Portugal». “Literacia Mediática em Portugal - 1º Relatório ao abrigo do n.º 2 do artigo 33.ºA da

5 Website do projeto pode ser consultado em: <https://mediaforinclusion.eu/>.

6 Informação sobre o projeto coordenado internacionalmente pelo programa catalão mSchools dirigido à comunidade educativa (sobretudo formação de professores): <https://mschools.com/es/challenge/reto-por-la-educacion-mediatica/>.

7 No website do mSchools, podem ser visionados cinco vídeos das seis experiências vencedoras: <https://mschools.com/es/mschools-lleva-la-educacion-mediatica-a-mwc-barcelona-2023/>.

8 Ou seja, as zonas geográficas de onde são originárias as seis entidades reguladoras representativas da Plataforma de Reguladores do Setor Audiovisual Iberoamericano.

9 O documento pode ser consultado na seguinte hiperligação do Diário da República: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/142-2023-224427490>.

10 A LTSAP, Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, foi alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19/11, que introduz deveres/atribuições relacionadas com a literacia mediática no diploma que serve de base legal à atividade do setor audiovisual em Portugal. A alteração a esta lei decorre do processo de transposição da [Diretiva UE 2018/1808](#). Entre as novidades introduzidas está a atribuição de competências na área da literacia mediática ao serviço público de televisão, às plataformas de partilha de vídeos (PPV) sediadas em território nacional, bem como a salvaguarda do cumprimento dessas novas atribuições à ERC.

Diretiva (UE) dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual”¹¹ (maio de 2023) é o produto final do primeiro processo de recolha e sistematização de informação sobre o estado da literacia mediática em Portugal. No relatório produzido pela ERC e enviado pelo Ministério da Cultura à Comissão Europeia, é feito um mapeamento do estado da LM em Portugal, com particular incidência nas medidas e atividades de promoção e desenvolvimento de competências de literacia mediática desenvolvidas entre setembro de 2020 e outubro de 2022.

Em dezembro, concretizou-se a divulgação pública da versão revista e atualizada do Referencial de Educação para os *Media*¹², documento que em Portugal constitui a referência para a educação para os *media* destinadas aos ciclos de ensino que compõem a escolaridade obrigatória (pré-escolar, básico e secundário). Renovada face ao original publicado em 2014, esta nova versão envolveu um processo de trabalho colaborativo¹³ em que a ERC também participou.

Do retrato de atividades de LM da ERC em 2023, também consta o envolvimento do regulador em iniciativas que implicaram o contacto com a academia, bem como um encontro com profissionais das bibliotecas públicas.

A ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL DA ERC

Em 2023, a ERC decidiu 34 processos de contraordenação (o mesmo valor do ano anterior), dos quais 23 processos (68 %) terminaram com a aplicação de coima num montante global de 408 448,78 euros.

Além dos 23 processos em que foram aplicadas coimas, 11 dos processos foram arquivados (32 %).

Comparativamente com os anos anteriores, o número de processos de contraordenação, objeto de impugnação judicial, tem vindo a aumentar.

Durante o ano de 2023, a ERC procedeu à instauração de 38 novos processos de contraordenação (menos 21 % do que no ano anterior).

¹¹ Disponível para consulta no website da ERC em: <https://www.erc.pt/download.php?fd=13092&l=pt&key=dd5cd9a3436e416d786e79a946653f2a>. Esta versão também se encontra disponível no próprio website da CE, onde estão publicados os relatórios dos diferentes Estados-membros: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/national-reports-media-literacy-measures-under-audiovisual-media-services-directive-2020-2022>

¹² O documento está disponível para consulta em: https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/Noticias_documentos/referencial-epm-versaoatualizada-dez2023_11dez.pdf

¹³ Foi desenvolvido pela equipa responsável pela primeira versão em coordenação com uma equipa da DGE e com colaboração de 14 parceiros representantes de diferentes instituições, entre as quais a ERC.

OS MEIOS

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

No ano 2023, foram comunicadas **103 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **33 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **4 041 024,64 euros**, dos quais **1 290 621,77 euros** foram destinados a meios de comunicação social de **âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **31,9 %** da verba global comunicada pelas entidades. Esta percentagem situa-se em cerca de 7 pontos percentuais acima da quota de 25 % prevista na lei.

Segundo a informação apresentada pelas entidades que comunicaram campanhas, cerca de **30 campanhas** foram distribuídas através de agências de publicidade, o que indica a presença da mediação de agências em cerca de **32 % das campanhas**, que envolveram um montante expressivo, cerca de **3 milhões e 485 mil euros, o que corresponde a 86 % dos investimentos comunicados à ERC**.

Em comparação com os dados de 2022, em que foram comunicadas 112 campanhas, verifica-se um decréscimo do número de campanhas comunicadas em 2023, **menos 9 (nove)**.

Por sua vez, o investimento comunicado em **2023 refletiu uma quebra expressiva de cerca de 2,42 milhões de euros** em relação ao ano anterior, em que o montante comunicado atingiu **6,46 milhões de euros**.

Os investimentos regionais/locais, como seria previsível, também obtiveram investimentos muito inferiores aos do ano anterior, registando uma quebra de cerca de 1 milhão e 93 mil euros, a qual foi particularmente expressiva no meio Rádio que obteve menos cerca de 703 mil euros face a 2022, seguindo-se a Imprensa com menos 317 mil euros.

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, 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 registal 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 2023, manteve, como habitualmente e como uma das grandes prioridades, a consolidação do edifício registal dos órgãos de comunicação social.

No universo dos registos dos órgãos/meios de comunicação social em 2023, encontram-se ativos 2516 registos, distribuídos do seguinte modo:

- 1701 publicações periódicas. Do universo das publicações ativas em 2023, 589 são jornais, sendo 109 de âmbito nacional e 477 de âmbito regional;
- 311 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (185) e as sociedades unipessoais (73);
- duas empresas noticiosas;
- 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 272 operadores;
- 25 operadores de televisão e 65 serviços de programas televisivos;
- 12 operadores de distribuição;
- 201 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 194 são radiofónicos e sete televisivos);
- 16 operadores e 27 serviços audiovisuais a pedido;
- dois fornecedores e quatro plataformas de partilha de vídeos.

SONDAGENS E ESTUDOS DE OPINIÃO

O objetivo do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2023, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor em comparação com anos anteriores.

À data de 31 de dezembro de 2023, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 12 entidades, diminuindo, em duas, o número de licenças em vigor no último dia do ano face a 2022.

Caracterização geral das sondagens

Considerando que em 2022 ocorreram eleições antecipadas para a Assembleia da República e que em 2023 as únicas eleições com impacto na produção de sondagens, foram as Regionais da Madeira, é sem surpresa que se verifica uma diminuição de 16,6 % no número total de depósitos em 2023, contabilizando-se 60 depósitos contra os 72 registados em 2022.

Foram nove as empresas a realizar depósitos de sondagens em 2023, mais uma do que em 2022 e em igual número face a 2016, 2017 e 2020 (v. Figura 4). Este ligeiro aumento no número de empresas com sondagens depositadas, não se refletiu em maior pluralismo do setor, sendo, aliás, de destacar, a menor oferta no domínio dos barómetros políticos nacionais, já que o barómetro regular realizado pela Pitagórica para a TVI e a CNN Portugal foi interrompido a partir do mês de janeiro.

A empresa mais representativa do setor em 2023, pelo volume de estudos depositados (43,3 %, correspondendo a 26 depósitos), foi a Aximage. Segue-se, com a segunda maior quota (26,7 %, correspondendo a 16 depósitos) a Intercampus. Destaque também para a UCP-CESOP e para o ICS-ISCTE (11,7 % e 6,7 %, correspondendo a sete e a quatro depósitos, respetivamente). Nota ainda para as empresas Consulmark2, DOMP, Metris, Multidados e Pitagórica, as quais,

apesar de terem quotas muito residuais (inferiores a 4,0 %), mantiveram a atividade de realização de sondagens para publicação em 2023, conferindo maior dinamismo a um mercado algo estagnado pela procura, pelo efeito de sazonalidade do calendário eleitoral.

Seguindo uma tendência já observada em anos anteriores, uma parte das sondagens depositadas é associada a mais do que um cliente, daí que ao total de 60 depósitos efetuados em 2023 correspondam 133 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 continuam a ser os mais referenciados nas fichas técnicas de sondagens, ainda que com menor expressão do que no ano transato (83,5 % e 95,2 %, para 2023 e 2022, respetivamente) Seguem-se os *media* regionais (10,5 %), muito por influência das eleições regulares para Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e os clientes institucionais (6,0 %). Nota para a ausência, em 2023, da contratação de sondagens para divulgação pública por parte de partidos ou forças políticas.

Quanto ao objeto dos depósitos, observa-se que os grupos temáticos que se referem às “atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes”, à “intenção e sentido de voto” e à “avaliação dos órgãos e dos atores políticos” foram os que tiveram maior proeminência em 2023.

Características metodológicas das sondagens

No que concerne às técnicas de recolha da informação utilizadas nas sondagens depositadas, 2023 seguiu o padrão dos anos precedentes, observando-se que 90,0 % dos estudos depositados foram realizados através de entrevistas não presenciais.

A entrevista telefónica continua a ser a técnica mais utilizada (48,3 %), ainda que o seu peso relativo tenha vindo a baixar nos últimos anos.

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, combinadas com entrevistas *online*, via CAWI) e de entrevistas exclusivamente *online* (28,3 % e 13,3 %, respetivamente).

Na esfera dos métodos presenciais, as técnicas de recolha de informação mais utilizadas foram as entrevistas pessoais com recolha de intenção de voto em urna, utilizadas sobretudo pelo ICS-ISCTE na produção de sondagens regulares para os órgãos do Grupo Impresa (6,7 %). Por fim, nota para a utilização da entrevista pessoal à boca das urnas, na sondagem pós-eleitoral realizada pela UCP-CESOP para a RTP, no dia da eleição regional da Madeira 2023.

No campo dos métodos de seleção das amostras, continuou a verificar-se a predominância das amostras por quotas (76,7 %).

Em 2023, foram realizadas 51 598 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas produzidas para divulgação pública, tendo sido efetuadas e validadas menos 100 730 entrevistas do que no ano precedente.

Divulgações de sondagens

Relativamente às divulgações de sondagens e inquéritos de opinião, foram sinalizadas para análise, em 2023, mais de 4000 peças publicadas por órgãos de comunicação social nas suas diversas plataformas (imprensa, televisão, rádio e internet), representando uma redução na casa dos 20 % face às peças sinalizadas em 2022.

Os Estudos Eleitorais em 2023

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 43 das 60 sondagens depositadas em 2023 (71,7 %), proporção ligeiramente superior à apurada para o ano anterior (70,8 %) (v. Figura 13). O tipo de voto mais visado nas sondagens realizadas para divulgação pública em 2022 foi o legislativo, presente em 33 depósitos. Destas sondagens, 10 foram depositadas nos dois últimos meses do ano, após o pedido de demissão do Primeiro-Ministro a 7 de novembro, tendo as restantes sido depositadas ao longo do ano, sobretudo como parte integrante dos barómetros políticos regulares.

Procedimentos e deliberações

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. Em complementaridade, e com conteúdos dirigidos tanto aos órgãos de comunicação social, como ao público em geral, começaram a ser preparados materiais para uma ação de literacia mediática sobre sondagens, planeada para o início de 2024, antes das eleições legislativas.

Em 2023, foram desencadeados 20 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, número muito próximo do verificado em 2022 (N=21) e que representa em média a abertura de 1,7 processos por mês.

Foram encerrados, em 2023, um total de 24 procedimentos, dos quais 16 foram desencadeados no próprio ano, dois em 2022 e seis em 2021. Os procedimentos resultantes de “Queixas” (7) e de “Pedidos de informação” relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (6) foram o tipo predominante de processos encerrados. A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se em 80 %.



ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL EM 2023

Em Portugal, a publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, em 2023, mas a sua evolução apresentou um comportamento misto entre as principais instituições¹⁴. Verificou-se um aumento das receitas de publicidade do segmento de televisão, mas mais centrado nos canais de televisão por subscrição (STVS) em detrimento do *free-to-air*. As restantes linhas de negócio apresentaram um peso na estrutura de receitas das empresas muito inferior ao da publicidade, embora em casos pontuais, seja visível o aumento da diversificação.

Apesar do elevado número de intervenientes no setor da comunicação social, continuam a existir posições dominantes tanto na rádio, como na imprensa, nas agências noticiosas, na STVS e televisão *free-to-air*. No *online*, denota-se a hegemonia dos intervenientes estrangeiros, embora os nacionais estejam a ganhar terreno.

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 ERC¹⁵.

A 15 de maio de 2024, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1458 entidades singulares e coletivas que prosseguem diretamente atividades de comunicação social detentoras de 1893 órgãos de comunicação social (OCS).

A comunicação social é a atividade principal de 59 % das entidades proprietárias, enquanto as restantes 41 % têm como atividade principal outra que não a comunicação social. Estes números confirmam que, além de a comunicação social 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, como, por exemplo, o desporto e as religiões. Identificam-se também outros poderes de influência a nível de clientes e detentores de passivos cuja dimensão possa constituir uma influência no negócio de comunicação social, representados, no primeiro caso, por grupos de anunciantes e, no segundo caso, por fornecedores.

Tal como a atividade económica em geral, aproximadamente metade das entidades proprietárias (46 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto. As pessoas coletivas tendem a constituir-se como sociedades comerciais, nas suas diversas formas (45 % 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.

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 (*monomedia*). São minoritárias as entidades com mais do que um OCS, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios (*plurimedia*), representativos de exigências de capitais cada vez maiores, à medida que o negócio cresce.

O ano de 2023 e o primeiro semestre do ano de 2024 ficam marcados por movimentações no setor ao nível da propriedade.

¹⁴ Agência Lusa, Media Capital, Media Livre, Impresa, RTP

¹⁵ Disponível em <https://portaltransparencia.erc.pt/>

RADIODIFUSÃO SONORA ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2023)

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

Tomando em consideração a 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 **24653 horas 1 minuto 40 segundos de programação**, cabendo à Antena 1 um total de 7980 horas 43 minutos 24 segundos, à Antena 2 de 8469 horas 44 minutos 4 segundos e à Antena 3 de 8202 horas 34 minutos 12 segundos. Cabe, assim, à Antena 2 a maior porção da programação analisada e à Antena 1 a menor.

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 - institucional/religioso e entretenimento - perfazem 4 % da emissão total anual.

Estas macrocategorias desagregam-se em 32 géneros, sendo que 27 estão presentes na Antena 1. Destaca-se a emissão de **música de continuidade**, com praticamente um terço do tempo de emissão (27 %), o que corresponde a **sensivelmente 2151 horas. Os programas de música representam cerca de 14,2 % 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 nas áreas do entretenimento, com *infotainment*¹⁶ (0,003 %), da *informação bolsista* (0,06 %) e do *resumo desportivo* (0,05 %).

Apesar da presença global mais elevada do macrogénero música, a distribuição horária da programação, traça-se, em modos gerais, pelo **maior peso dos conteúdos informativos nos períodos diurnos** (segundo intervalo da manhã e o segundo da tarde), **da música, particularmente no período da noite/madrugada, e do desporto no horário noturno precedente**. Tal, não obstante a música destacar-se também, no primeiro período da manhã. A maior parte da programação de entretenimento e cultural concentra-se no intervalo das 23h-05h59, seguido das 10h-11h59.

A **música é a categoria mais proeminente em três 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, 64,7 % e 39,9 % e a música 14,4 % e 28,2 % dos conteúdos emitidos. No primeiro bloco da tarde (12h-16h59), os valores de ambas as categorias apresentam-se equivalentes (41 %).

O período com maior diversidade em termos de géneros é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 22.

No que respeita a desagregação destas grandes categorias, a *música de continuidade* destaca-se como o conteúdo com maior percentagem de duração em dois 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 (31,1 %), aos quais se segue a *música de continuidade* (25,6 %).

¹⁶ Foi atribuída esta categorização ao programa juvenil "Diário da Júlia", representante de Portugal no Festival Eurovisão Júnior. <https://www.rtp.pt/play/zigzag/p12469/diario-da-julia>

No intervalo das 10h-11h59m, a *informação* apresenta o seu valor mais elevado (64,7 %) e o intervalo da noite dá primazia para *As transmissões desportivas* (40,8 %).

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas funções: **informar** e **entreter**, acumulando, respetivamente, 50,7 % e 44,4 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam 95 % do tempo total de emissão.

As duas funções menos presentes, *formar* e *promover/divulgar*, apresentam valores menos expressivos (respetivamente, 2,5 % e 2,4 %).

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 31,3 % do tempo total da *função*. Este género distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa são os *programas de música* (15 %) e de *artes e media* (10,7 %).

A *função entreter* é preenchida, em grande parte, por conteúdos musicais (78 %), designadamente *música de continuidade* (60,7 %), em destaque, e *programas de música* (14,5 %). Inclui, também, em segunda posição, as *transmissões desportivas* (18,7 %).

ANTENA 2

Na **Antena 2** destaca-se de forma significativa a categoria **música** (81,5 %), representando uma soma anual de mais de 6900 horas de emissão. Esta antena apresenta os programas **culturais/conhecimento** (17 %) em segundo lugar, somando aproximadamente 1442 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (1,3%) no terceiro posto, com cerca de 110 horas contabilizadas. Os conteúdos de *entretenimento* e *institucional/religioso* não chegam a perfazer, no seu conjunto, 1 % dos conteúdos anuais emitidos (respetivamente, 0,2 % e 0,01 %). Esta Antena não regista a emissão de conteúdos *desportivos*.

A Antena 2, com a menor diversidade de géneros dos três serviços de programas – 11 de uma grelha de 32 –, mostra uma prevalência geral das três categorias do género **música** que emite. Os **programas de música** preenchem mais de um terço da emissão anual (44,8 %), com 3797 horas emitidas; as 1934 horas de **música de continuidade** correspondem a 22,8 % e os espetáculos a 13,8 %, com mais de 1160 horas. Na quarta posição, aproximam-se os conteúdos de **artes e media**, atingindo 13 % da duração total anual da emissão da Antena 2.

A **música** assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 20h-22h59 (93,5 %). O *segundo período da manhã* e *primeiro da tarde* mostram uma maior presença a *música de continuidade* com, respetivamente, 57,8 % e 35,6 %. Segue-se, no *segundo período da tarde* e *primeiro da noite*, os espetáculos, com 48,9 % e 63,5 %. Na *faixa horária madrugada* continuando para o *primeiro período da manhã*, destacam-se os *programas de música*, gravados e repetição, respetivamente, com 77,1 % e 48 %.

É no período da *Tarde 1*, entre as 12h e as 16h59 que os conteúdos de *música* têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, 68,1 % da emissão. É neste período que os programas de **informação** têm maior relevância, com uma presença de 4,1 % da duração total da faixa horária das 12h e as 16h59. Durante o *primeiro período da tarde e noite/madrugada*, a **programação cultural** atinge a sua maior expressão, representando, respetivamente, 27,4 % e 21,9 %. A programação classificada como **entretenimento** tem presença em dois dos seis períodos horários considerados. A sua maior expressão, ainda que residual, é no *segundo período da tarde* (0,7 %).

A programação da Antena 2 tem como função por excelência **entreter**, a qual está presente em 65,1 % da duração total dos conteúdos difundidos em 2023, ultrapassando as 5514 horas. **Informar** representa 30,9 % (2617 horas e 45 minutos) e **formar** representa cerca de 336 horas de programação (4 %). A função *promover/divulgar* tem uma expressão residual de 0,01 %.

Saliente-se que 56,5 % 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 aos **seis géneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente predominante, seguida do **entretenimento**.

Assim, em 2023, a *música* manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando praticamente oito em cada dez horas de emissão (79,4 %) e perfazendo mais de 6514 horas. A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com aproximadamente 794 horas de emissão (9,7 %). A soma da duração destes dois géneros principais assume perto dos 90 % das horas emitidas por este serviço de programas. Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* assumem o peso de 6,2 % do total da programação, seguindo-se a *informação* (4,4 %), os programas *desportivos* (0,3 %) e, por último, os programas *institucionais/religiosos* correspondendo a menos de duas horas da emissão no total do ano.

No conjunto da programação da Antena 3, verifica-se a presença de 18 *géneros* num total de 32. Destes, a **música de continuidade**, com aproximadamente 3815 horas (46,5 %) e os **programas de música**, com 2621 horas (32 %), 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** (8,6 %).

A programação da Antena 3 caracteriza-se pelo **predomínio de música em qualquer período horário**. O peso da *música* representa 89,5 % no *primeiro período da tarde* e 89,3 % na *noite/madrugada*. Em contrapartida, a *música* apresenta menor concentração na segunda parte da tarde (64,8 %).

O *entretenimento* ocupa a segunda posição em três dos seis intervalos horários - *primeiro período da manhã* (6h-09h59); *segundo da tarde* (17h-19h59) e *noite/madrugada* (23h 05h59) -, e a *cultura* nas restantes três faixas horárias, alternando, assim, esta posição.

Observando a diversidade de géneros segundo a sua distribuição horária, o *segundo período da tarde* é o que apresenta o leque mais vasto – 14 dos 18 *géneros* presentes na programação da Antena 3.

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, 71,8 % e 79,8 %). 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, 69,3 % e 56,3 %).

Refira-se ainda que, em especial no primeiro bloco horário da noite, são emitidas reportagens em direto dando cobertura a festivais de *música* e artes dando visibilidade a várias localidades do país.

A *função entreter* domina a programação da Antena 3, aproximando-se de nove em cada dez horas de emissão (86,2 %) e preenchendo, no total anual, sensivelmente 7067 horas de emissão. Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 88 % do tempo total da função, somando mais de 6190 horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro género mais expressivo na duração total desta função (10 %).

Os conteúdos destinados a **informar** representam cerca de 13,8 % (1133 horas) do total anual da programação. Esta função surge associada a dez géneros de programas que pertencem, na sua maioria, ao macrogénero *cultural/conhecimento* seguido de informação.

A escassa representação da função *promover/divulgar* reflete a presença de seis emissões do programa em “Em Nome do Ouvinte”, preenchendo um total anual aproximado de 1 hora e 36 minutos.

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 a par da existência de número WhatsApp. Oferece apoio escolar na ligação #Estudo em Casa.

O sítio da Antena 2 (<http://www.rtp.pt/antena2/>) coloca em foco vários conteúdos de natureza cultural e musical, evidenciando os concertos Antena 2, festivais de *música* clássica, erudita ou do mundo, bem como conferências. Inclui, na sua página inicial, a ligação para vários *podcast*. Disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas diária, semanal e mensal, acerca do concurso jovens músicos e destaques institucionais. Através do RTP Play, acede-se a programação *on demand* e através do canal “Ópera”, a uma *web* rádio, que difunde estas obras. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções, bem como aos episódios de teatro radiofónico. Na página de entrada, estão as ligações para diversas redes sociais.

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 assim como disponibiliza uma playlist na plataforma *Spotify*.

No seu conjunto as Antenas, disponibilizam os conteúdos emitidos em formatos de direto e/ou sempre disponíveis (*podcasts*, concertos, arquivos, etc.), em multiplataformas, incluindo diversas redes sociais e plataforma de partilha de vídeo, com possibilidades de interação com os ouvintes (votações, envio de mensagem, comentários).

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

A título de conclusão, 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».

Face a uma hegemonia geral da *música*, há a destacar, como elemento diferenciador, a segunda categoria de conteúdos mais presente em cada uma das Antenas. Na Antena 1, a segunda posição é ocupada pela *informação*; na Antena 2, pela *cultura/conhecimento* e, na Antena 3, pelo *entretenimento*. O *desporto* assume, nesta Antena, o valor de 11,2 %, e os conteúdos de natureza *institucional/religiosa* (2,8 %).

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 respondida na sua programação anual. Tanto mais porque nenhuma das exigências colocadas especificamente ao serviço público de rádio apresenta uma quantificação ou a forma concreta da sua concretização, deixando margem para a liberdade de programação por parte da concessionária.

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA E FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2023

Em 2023, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou três pedidos de modificação de projeto, um dos quais com alteração da respetiva tipologia e dois com estabelecimento de parceria.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram deferidos sete pedidos de alteração do controlo do capital social, mais dois do que em 2022.

Foram também autorizados dois pedidos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 13 (treze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-A-NACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, contrastando com o ano de 2022, no qual se registou o maior número anual (31) de registos desta modalidade de serviços de programas de rádio.

Ressalta ainda que, em 2023, se iniciaram os processos de renovação das licenças de rádios locais e regionais, tendo sido deliberado, pelo Conselho Regulador, a renovação de 19 (dezanove) licenças para o exercício da atividade de rádio.

Ao longo do ano de 2023, foram efetuadas 14 (catorze) 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 Rádio¹⁷ para o desenvolvimento da atividade.

As ações de fiscalização em causa foram realizadas em estúdios e sedes de operadores localizados em 13 (treze) distritos de Portugal Continental.

¹⁷ Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual.



QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

O presente capítulo dedica-se à análise das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de *música* portuguesa, em 2023.

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de *música* portuguesa 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, plataforma que permite o apuramento de valores de quotas de *música* portuguesa nos serviços de programas de rádio, implementado pela ERC.

Em 2023, a presente análise teve como suporte a amostra de média anual observada de cerca de 150 serviços de programas locais que se encontram ativos no 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).

Da análise efetuada à difusão de *música* portuguesa no ano 2023 pelos operadores de radiodifusão, conclui-se que a quase generalidade dos serviços de programas de rádio que submete os dados no portal das rádios, com envio regular mensal de dados, cumpre ou mesmo ultrapassa as quotas mínimas dispostas na Lei da Rádio.

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 *música* portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas, com valores acima de 30 %.

De acordo com a amostra disponível, observa-se que a grande maioria dos serviços de programas de âmbito local preencheu a sua programação musical com mais de 30 % de *música* portuguesa 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 % ou 30 % de *música* portuguesa tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas.

No que respeita à RFM, apresenta alguns desvios da quota mínima de *música* portuguesa exetável, tendo presentes os dados reportados mensalmente pelo operador através da plataforma.

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, 91,1 %.

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* recente, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

A RR tem vindo a promover a *música* recente na respetiva programação musical, com o valor mais alto em outubro, 43,2 %, com uma média anual de 37,2 %, o que traduz a subida mais acentuada de sempre, em 7,7 pp face ao ano anterior.



QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

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.

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, com valores sempre superiores à quota mínima prevista.

No que respeita à emissão de *música* composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal situou-se acima de 90 % no total da emissão e 80 % no período de maior audiência, ultrapassando em muito aquelas que estão estabelecidas na Lei da Rádio.

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, observa-se na generalidade 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 que na generalidade cumprem ou superam 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas.

Refira-se também que, no decurso de 2023, a Antena 3 assinalou uma quebra na difusão de *música* recente face à observada em anos anteriores, recuperando a partir do mês de agosto, onde foi apurado o valor mais alto, 66,4 %, ainda assim mantendo relevância na programação musical da Antena 3.

TELEVISÃO

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

O presente capítulo tem como principal objetivo verificar o cumprimento dos princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2023 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 *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.¹⁸

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 2023.

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.

No total dos seis serviços de programas analisados, foram contabilizadas:

- RTP1 - 7077h42m03s de emissão, correspondentes a 6828 programas;
- RTP2 - 8436h27m38s, correspondentes a 31 346 programas;
- SIC - 6650h50m18s de emissão, correspondentes a 6532 programas;
- TVI - 6471h25m39s, correspondentes a 6692 programas;
- CMTV - 7414h14m05s;
- RTP3 - 8353h06m59s, correspondentes a 14 684 programas.

¹⁸ 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).

Em baixo, detalham-se as principais conclusões observadas:

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 *cultural/conhecimento* têm o maior peso, seguidos de *infantis/juvenis* e, em terceiro lugar, programas de *ficção*.

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 2023, 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 2023, 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 2023, 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 23 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 géneros, 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 entreter* foi claramente a mais privilegiada, surgindo a *função informar* como a segunda mais destacada, embora com grande diferença. Em 2023, 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 géneros – *serviços noticiosos* e *telenovelas* – os quais ocuparam cerca de 86 % do tempo da programação destinada a essa franja horária.

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 *macrogéneros*, *géneros* e *funções*, considera-se que, em 2023, 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 *macrogéneros*, observa-se uma clara concentração do tempo de programação em conteúdos de *entretenimento*, aquele que é claramente dominante, seguido da *informação* e da *ficção*.

Quando analisada a diversidade de *géneros*, a conclusão aponta no mesmo sentido. Apesar de terem sido identificados programas de 23 *géneros* distintos, há três géneros que claramente se destacam dos restantes. Efetivamente, seja em volume de programação ou em número de programas, os *talk shows*, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas* representam, no seu conjunto, mais de metade da programação exibida pela TVI.

Em quarto lugar, o género com maior expressão é o dos *reality shows* e, além do tempo que é dedicado à sua transmissão, há ainda uma parte relevante de conteúdos exibidos noutros géneros de *entretenimento* que é dedicada aos mesmos *reality shows*, numa lógica de autopromoção. Ainda com uma duração total relevante, surgem os programas de *infotainment*. Por comparação com aqueles cinco géneros, os restantes estão assim sub-representados na programação da TVI, muitos deles tendo apenas uma expressão residual.

A falta de diversidade observada na generalidade da grelha de programação agrava-se no período de *horário nobre*, cujo tempo foi predominantemente preenchido por *serviços noticiosos* e *telenovelas*.

Através da análise da frequência de exibição (número de edições de programas) dos programas classificados como *serviços noticiosos*, verifica-se que, em 2023, a TVI cumpriu a obrigação de emissão de três *serviços noticiosos* diários, nos períodos da manhã (“Diário da Manhã”), tarde (“Jornal da Uma” e “TVI Jornal”) e *horário nobre* (“Jornal das 8” e “Jornal Nacional”).

Cumpra sublinhar que a TVI continua a apostar em programas autônomos de *debate* (“O Princípio da Incerteza”), ainda que em horário de reduzida audiência. Por outro lado, mantém a opção de não exibir programas autônomos do gênero *entrevista*.

No que diz respeito à programação *infantil/juvenil*, a TVI não cumpriu adequadamente a obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. A exibição diária do desenho animado “Viva o Rei Juliano” ocorreu por vezes no período da *madrugada*, o que resultou num número insuficiente de episódios no período da manhã. A restante programação *infantil/juvenil* continuou a ser concentrada aos fins de semana, através da reposição de séries já exibidas em anos anteriores. Em matéria de estreias, há somente a referir a série de *ficção infantil/juvenil* “Morangos com Açúcar”, exibida semanalmente em *horário nobre*.

Assinala-se também a diminuta expressão na grelha da TVI de programas de índole *cultural/conhecimento*. A TVI deve assegurar a emissão regular de conteúdos *culturais* e *formativos*, nomeadamente obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida. A *informação cultural* foi o gênero predominante, devido à exibição semanal do magazine “Autores”. O programa foi, no entanto, exibido no período *noite/madrugada*, um horário de reduzida audiência. Também numa base semanal, a TVI exibiu *documentários* dedicados à temática de natureza e da vida animal, nas manhãs de fim de semana. A emissão de espetáculos é pontual, como atestam os dois concertos emitidos em 2023. Ponderados estes elementos, não se pode considerar que a TVI tenha cumprido adequadamente o conjunto de obrigações a que está vinculada, em matéria de programação cultural.

Na grelha de 2023, continua a existir um único programa vocacionado para grupos minoritários e para a promoção da diversidade social e cultural (“Todos Iguais”).

| CMTV

Em 2023, tal como em anos anteriores, as opções de programação da CMTV são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de cobertura nacional, na medida em que a sua oferta de conteúdos de programação não se apresenta suficientemente diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência.

Mais uma vez se observa que as características da programação da CMTV são mais coerentes com as de um serviço de programas temático informativo.

Os conteúdos informativos têm uma clara predominância na grelha da CMTV, com os *serviços noticiosos* a corresponderem a mais de metade das horas de emissão de 2023 (57,1 %). Secundam-nos os programas de comentário desportivo (17,2 %). Os dois gêneros totalizam três quartos das horas de emissão da CMTV, deixando pouco espaço à restante programação.

A escassez de diversidade da oferta televisiva de horário nobre continua a ser uma característica das grelhas de emissão da CMTV, agudizada aos fins de semana.

A CMTV também continua a dar pouco relevo à cultura e ao conhecimento na sua programação, não se identificando espaços autônomos e em estreia de documentário, novas bandas e peças de teatro, conforme o próprio operador projetou exibir.

Enquanto serviço de programas generalista, cabe à CMTV apresentar uma programação diversificada e dirigida à globalidade dos públicos, pelo que, em 2023, cumpre reiterar a sub-representação de alguns gêneros televisivos ou a sua ausência. Continuam, por exemplo, por identificar nas grelhas de programas da CMTV conteúdos para os públicos infantojuvenis, assim como programas com uma vocação formativa.

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, mantendo-se as dificuldades em distinguir as partes autónomas da grelha de programação.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO, PUBLICIDADE TELEVISIVA E NÍVEIS DE VOLUME SONORO

Durante o ano de 2023, 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 121 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP 2 e o menor na TVI.

Mantém-se a tendência de os serviços do operador público continuarem a registar um elevado número de desvios, neste caso com uma descida na RTP2 face ao ano anterior, mas que corresponde ao valor mais elevado de 2023. Importa, no entanto, referir que tal se deve essencialmente ao cumprimento das suas obrigações de operador concessionário do serviço público de televisão.

Salienta-se que, na sua maioria, tais desvios se mostram justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante LTSAP), especialmente no que se refere às transmissões de eventos desportivos em direto.

Os serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um melhor desempenho global face a 2022. Em termos globais, o número total desceu de 188, em 2022, para 121, em 2023, que corresponde ao segundo valor mais baixo neste quinquénio.

Pode concluir-se que os eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitida foram variados e prenderam-se com situações como a cobertura da atualidade noticiosa e transmissões em direto, desportivas, ou de outra natureza.

Assinala-se que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Importa no entanto referir que, no decurso de 2023, o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de procedimento contraordenacional ao serviço de programas SIC, no que se refere ao “Anúncio da programação”, por incumprimento do disposto na LTSAP¹⁹.

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 (LTSAP).

Em 2023, 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 Porto Canal, CMTV, CNN Portugal, TV Cine Top, TV Cine Edition, Hollywood, SIC K, Canal Panda e Biggs.

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.

¹⁹ Deliberação ERC/2023/303 (PROG-TV), de 23 de agosto

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 publicidade comercial.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais, 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 um processo contraordenacional relacionado com a inserção de publicidade e que recaiu sobre o serviço de programas SIC²⁰.

Em 2023, foram medidos pela ERC os níveis do volume sonoro de 11 (onze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações dos níveis de som entre os programas, os blocos publicitários e as autopromoções, podendo-se concluir que os níveis de sensação de intensidade auditiva são adequados (-23 LUFs, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1, não se registando violações do n.º do artigo 40.º-B da LTSAP.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS E AUDIOVISUAIS A PEDIDO

As obrigações de acessibilidade das emissões televisivas às pessoas com necessidades especiais, previstas no Plano Plurianual (doravante Plano), englobam os seguintes serviços de programas de televisão sob jurisdição do Estado Português: RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira (serviço público); SIC e TVI (privados generalistas de acesso não condicionado livre); e SIC Notícias, CNN Portugal, CMTV e Porto Canal (generalistas e temáticos *informativos* de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional). Estão ainda abrangidos por obrigações específicas os serviços audiovisuais a pedido NOS Play, NOS Videoclube, Nowo Videoclube, OPTO, RTP Play e TVI Player.

Verificou-se que o operador de serviço público cumpriu na generalidade as obrigações previstas para os seus serviços de programas televisivos quanto à disponibilização nas emissões das diversas acessibilidades televisivas.

Na RTP 2, a legendagem em direto não atingiu as horas estipuladas no Plano nas semanas analisadas, facto que o operador justificou alegando não emitir programação, em direto, em volume suficiente para cumprir a obrigação.

A legendagem, trabalhada ou em direto, começou a ser disponibilizada na emissão da RTP 3 apenas a partir do 3.º trimestre de 2023, tendo o operador esclarecido que, anteriormente, este serviço não comportava o sistema de legendagem em direto.

A legendagem em direto foi disponibilizada na RTP Madeira a partir do 2.º trimestre de 2023 e na RTP Açores a partir do 3.º trimestre de 2023.

Em ambos os serviços de programas, ainda não foi implementada a legendagem trabalhada, alegando o operador que tanto a RTP Madeira como a RTP Açores não comportam a tecnologia que permite emitir com acompanhamento de legendagem trabalhada.

O operador público cumpre as obrigações em matéria de acompanhamento da emissão com interpretação em **língua gestual portuguesa** nos seus serviços de programas **RTP1, RTP2, RTP3, RTP Madeira e RTP Açores**, ultrapassando largamente o número mínimo de horas semanais exigido no Plano.

²⁰ Deliberação ERC/2024/2024 (PUB-TV), de 17 de abril

O número de horas previsto no Plano para a acessibilidade de **audiodescrição** foi cumprido nos serviços abrangidos por esta obrigação, **RTP1 e RTP 2**, tendo sido largamente excedido no primeiro canal de serviço público.

A **SIC e TVI** cumpriram a obrigação de **legendagem trabalhada**, tendo ultrapassado o mínimo de 20 horas exigido.

Nos serviços generalistas SIC e TVI, foi emitida programação acompanhada de **língua gestual portuguesa que ultrapassou significativamente o mínimo de 10 horas indicado no Plano**.

Os operadores privados generalistas, SIC e TVI, devem emitir pelo menos 5 horas de programas acompanhados de audiodescrição em cada trimestre, tendo cumprido plenamente esta obrigação, em todos os trimestres, quanto ao volume de horas de programação acompanhado por esta acessibilidade.

Relativamente aos serviços de programas temáticos de informação, verificou-se que a **CNN PORTUGAL cumpriu** as horas previstas no Plano para a **legendagem trabalhada**, tendo a **SIC Notícias** iniciado o acompanhamento da programação com esta acessibilidade na semana de 25 de agosto a 1 de setembro (semana 39).

Quanto à legendagem em direto, o serviço de programas **CMTV** incorporou esta obrigação apenas desde o **2.º trimestre**. Quanto ao **Porto Canal, verifica-se que não foi disponibilizada a legendagem em 2023**.

No que respeita à obrigação de emitir **6 horas semanais de programação acompanhada de Língua gestual portuguesa**, verificou-se que, na generalidade, esta foi cumprida nos serviços temáticos de informação.

Importa ainda referir a recomendação contida no Plano quanto à necessidade de tornar cada vez mais acessíveis as emissões televisivas e a premência de serem envidados esforços por parte dos operadores no sentido de disponibilizarem na emissão dos seus serviços de programas as diversas acessibilidades, acompanhando os desenvolvimentos tecnológicos neste âmbito.

O Plano contempla ainda um conjunto de obrigações dos serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição portuguesa e não isentos por força do baixo volume de negócios, estabelecendo que estes devem apresentar à ERC, desde janeiro de 2023, planos de incorporação de ferramentas de acessibilidade nos seus catálogos, com caráter progressivo de integração.

Os planos devem integrar ferramentas de acesso aos conteúdos e prever, sempre que possível, a legendagem, língua gestual portuguesa ou audiodescrição nos conteúdos.

Tendo por base a informação remetida por estes operadores, conclui-se que cumpriram, na generalidade, as metas propostas para o uso de acessibilidades nos respetivos serviços de programas no ano de 2023, revelando, em casos pontuais, alguma progressividade no segundo semestre. Porém, globalmente, os relatórios dos operadores não demonstraram um desenvolvimento expressivo face aos planos de incorporação de acessibilidades que apresentaram no ano transato, nem acréscimos substantivos face ao primeiro semestre (excetuando algumas introduções no operador NOS). Os avanços nesta matéria estão dependentes de uma real motivação dos operadores e fornecedores de conteúdos, pelo que a ERC propõe a elaboração de proposta e planos mais ambiciosos, quantificáveis e atingíveis, para além da partilha de melhores práticas.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

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

A LTSAP decorre da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA ou Diretiva), a qual não impõe quotas audiovisuais nas línguas nacionais, mas apenas de produção europeia e produção independente. A transposição da Diretiva não introduziu alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe “Defesa da língua portuguesa”. A LTSAP impõe quotas em língua nacional, isentando apenas os serviços de cobertura local, regional e internacional desta obrigação. Em 2023, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Neste ano, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se da registada em 2022. No operador de serviço público, o serviço de programas RTP2 revela a tendência de cumprimento já manifestada em 2023, registando, pela primeira vez em seis anos, o cabal cumprimento das quotas de defesa da língua portuguesa.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas temáticos de desporto e de cinema e séries, com valores residuais, não compagináveis com as obrigações a que se encontram vinculados.

Relativamente às obras criativas, registaram-se descidas na generalidade dos serviços do operador NOS e a manutenção de uma incorporação insuficiente nos serviços de programas do operador Dreamia.

O n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP determina que «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». O operador Canalvisão, SA, não deu cumprimento, pelo segundo ano consecutivo, a esta obrigação.

O serviço de programas Azores TV já se encontra a dar cumprimento ao dever de informação, sendo apenas possível apurar a quota anual em 2024.

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 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) no que se refere à produção europeia e produção independente.

Em 2023, dos 48 serviços de programas avaliados, 37 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que, dos serviços de programas que não alcançaram um percentagem maioritária de produção europeia, uma parte deve-se à natureza específica dos serviços temáticos e à preponderância dos filmes norte-americanos nos serviços de programas televisivos de cinema e séries. Já a quota de 10 % de produção independente recente não foi alcançada em 20 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana. Assinala-se a inexistência de programação

de produção europeia independente nos serviços de programas SPORT TV+, Sporting TV, Kuriakos TV e S+, canais que exibem, quase na íntegra, produção própria.

De acordo com o previsto no n.º 1 do artigo 47.º da LTSAP, ainda que, quando aplicável, se atente na «natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão», tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

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, com mais de metade da totalidade de produção independente recente apurada.

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, verificou-se um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia. Não obstante, apenas o Mini Nos Play, o OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

O n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP determina que «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». O operador Canalvisão, SA, não deu cumprimento, pelo segundo ano consecutivo, a esta obrigação.



VOLUME I

ATIVIDADE
REGULATÓRIA

OS CAMINHOS DA REGULAÇÃO



1. VISÃO GLOBAL

A ERC iniciou uma linha de trabalho dedicada aos *media* digitais há uma década e tem procurado acompanhar a rápida evolução do ambiente digital que se reflete também ao nível da regulação do ecossistema da comunicação *online* a nível europeu, com especial aceleração a partir de 2018.

No plano nacional, a ação da ERC ao longo de 2023 foi marcada sobretudo pela tomada de decisões na **regulação das plataformas de partilha de vídeos (PPV)** – duas deliberações relativas a um fornecedor deste tipo de serviços – e da **desinformação** – duas deliberações relativas à utilização abusiva e da identidade gráfica de órgãos de comunicação social manipulados para difundir mensagens de cariz político. Ambas as áreas são novas na ação regulatória da ERC.

A recente área de competências relacionada com a **regulação de certos aspetos da atividade das PPV** desenrola-se como seguimento natural do trabalho prévio desenvolvido internamente sobre os desafios mais relevantes colocados neste campo, designadamente os relacionados com as questões da **jurisdição** e os relacionados com o registo de fornecedores de PPV (e de serviços audiovisuais a pedido) sob jurisdição nacional e disponibilização pública da respetiva lista. As conclusões deste trabalho foram adotadas no início de 2023 e apoiam a atividade da ERC neste novo campo da regulação.

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], é de especial relevância a partilha de conhecimento ao nível da implementação de **sistemas de verificação de idade em serviços de PPV que distribuem conteúdos pornográficos**, no contexto da implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisuais (Diretiva SCA).

Quanto às iniciativas destinadas a fazer face ao fenómeno da desinformação, o ano de 2023 foi sobretudo marcado pela ação junto do ERGA em relação à implementação, monitorização e avaliação da eficácia do **“Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado”**, adotado pelos signatários em junho de 2022. A tarefa tem-se revelado complexa e gerado intenso trabalho no seio da *Task force* Permanente do Código de Conduta, de que o ERGA faz parte através da participação de alguns dos membros do Subgrupo 3 *“Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment”*. As atividades têm incluído a construção de um quadro teórico adequado à avaliação da eficácia do Código, destacando-se a elaboração de indicadores quantitativos para avaliação dos efeitos da aplicação do código na circulação de desinformação e respetivas métricas e a conceção de uma metodologia de avaliação e de uma ferramenta que venham a permitir que os reguladores nacionais possam verificar e avaliar a implementação das medidas do Código nos seus territórios.

A orientação para a regulação do espaço digital em vários domínios por parte das instâncias europeias é evidente nos últimos anos, sendo o **Regulamento dos Serviços Digitais** (*Digital Services Act*) uma das faces mais visíveis. O regulamento 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, tendo ficado plenamente aplicável a partir de 17 de fevereiro de 2024, pelo que conhecerá desenvolvimentos nas regras de execução, nomeadamente em Portugal, ao longo de 2024.

Na mesma linha e com interação com este regulamento, refira-se 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**, que estiveram sob atenção da ERC em 2023, através da participação nas iniciativas do ERGA a este propósito.

2. AS COMPETÊNCIAS DA ERC NA ÁREA DOS MEDIA DIGITAIS

2.1 AS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEO

A ERC adquiriu novas competências de regulação dos serviços audiovisuais (pela entrada em vigor, a 17 de fevereiro de 2021, da **Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro**), com a inclusão no campo da regulação das **plataformas de partilha de vídeos (PPV)**, até então arredadas da intervenção regulatória. Desta lei resultou, assim, a atualização da **Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido** (LTSAP), como culminar do processo de transposição da Diretiva da UE dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual¹ (Diretiva SCSA). Recorde-se que a nova legislação veio dispor essencialmente em relação a campos de proteção dos públicos - **Direitos humanos e proteção de crianças e jovens, Proteção dos consumidores e Funcionalidades obrigatórias**.

Para operacionalização das novas incumbências, foi aprovado, em janeiro de 2023, um documento concebido internamente na ERC, tendo em vista responder às novas exigências impostas pela lei, entre elas a **identificação e operacionalização** de 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 (n.ºs 6 a 8 do artigo 3.º da LTSAP).

¹ [Diretiva \(UE\) 2018/1808](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018

Considerando as disposições da LTSAP, da Diretiva e sobretudo, as [Orientações](#) da Comissão Europeia (CE) relativas à determinação dos serviços enquadráveis na definição de plataforma de partilha de vídeos e ao conceito de *funcionalidade essencial*, o documento estabelece que a **definição de PPV** contém os seguintes **critérios cumulativos**:

- a) É um serviço desenvolvido com caráter económico;
- b) O serviço que, no seu todo ou numa parte dissociável, tem como principal finalidade ou como funcionalidade essencial a partilha de programas ou vídeos gerados pelos utilizadores;
- c) É dirigido ao público em geral;
- d) O fornecedor não tem controlo efetivo sobre o conteúdo dos programas e vídeos gerados pelos utilizadores (isto é, não tem responsabilidade editorial);
- e) O fornecedor é responsável pela arquitetura global, pela configuração externa da plataforma, bem como pela organização da plataforma por meios automáticos ou algoritmos, aplicando, por exemplo, sistemas de recomendação;
- f) Os programas e os vídeos, entendidos como imagens em movimento, visam informar, entreter ou educar;
- g) A plataforma é transmitida por meio de redes de comunicação eletrónicas.

A questão 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. 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 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 SCA.

Neste enquadramento, a ERC estudou os critérios de jurisdição de acordo com as diversas disposições aplicáveis e, em suma, considerou que, para se considerar que um serviço de **PPV** se encontra **estabelecido em Portugal**, deverá provar-se que o mesmo **exerça no território português uma atividade económica** através de uma instalação fixa, por um período indefinido.

No caso de serviços que não estejam estabelecidos em Portugal, mas sim noutro Estado-membro, são usados os mecanismos de atuação desse Estado-membro. Por fim, se o serviço de PPV não está sediado, nem em Portugal, nem no território de um Estado-membro, ainda assim, são considerados estabelecidos no território de um determinado Estado-membro nas seguintes situações:

1. A plataforma possui uma empresa-mãe [empresa que controla uma ou mais empresas filiais] ou uma empresa-filial [empresa controlada por uma empresa-mãe, incluindo empresas filiais da empresa-mãe de que essa empresa depende em última instância] estabelecida no território desse Estado-membro; ou
2. Fazer parte de um grupo [empresa mãe, todas as empresas filiais e todas as outras empresas que com elas têm vínculos organizativos económicos e jurídicos] que inclua outra empresa estabelecida no território desse Estado-membro.

Se a empresa-mãe, as empresas filiais ou as outras empresas do grupo estiverem cada uma delas estabelecidas em Estados-membros diferentes, privilegia-se a relação hierárquica ou de dependência ou de grupo entre sociedades, considerando-se que o fornecedor de plataforma de partilha de vídeos está estabelecido:

3. No Estado-membro onde está estabelecida a empresa-mãe;
4. Se não se verificar o anterior, no Estado-membro onde está estabelecida a empresa filial;
5. Se não se verificar o anterior, no Estado-membro onde está estabelecida a outra empresa do grupo.

Em caso de empresas filiais estabelecidas cada uma delas num Estado-membro diferente, privilegia-se o Estado-membro onde a plataforma iniciou a sua atividade através de uma empresa filial, desde que mantenha uma ligação efetiva e estável com a economia desse Estado-membro. Assim, prevalece, neste caso, um critério de antiguidade (o

Estado-membro onde iniciou a atividade) associado, obrigatoriamente, à manutenção de relação “efetiva e estável” com a economia desse Estado-membro.

Em sentido idêntico, se existirem várias outras empresas que façam parte do grupo e cada uma delas estiver estabelecida num Estado-membro diferente, o fornecedor está estabelecido no Estado-membro onde uma dessas empresas iniciou a sua atividade, desde que mantenha uma ligação efetiva e estável com a economia desse Estado-membro.

Discutidos os critérios de jurisdição aplicáveis aos serviços de PPV, o mesmo documento respondeu a outras incumbências dispostas na lei, como as questões de registo dos fornecedores dos serviços.

Neste campo, impende sobre a ERC a obrigação 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, da LTSAP).

As listas que resultem deste trabalho de registo devem ser transmitidas pela ERC ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social, para que este proceda à sua comunicação à Comissão Europeia (CE). Estas listas correspondem, genericamente, à **listagem dos registos dos fornecedores de serviços de plataforma de partilha de vídeos**, uma vez que, como visto, estes fornecedores têm necessariamente de se registar na ERC antes de iniciarem atividade. Nas listas a comunicar ao membro do governo (e à CE) devem ser indicados os critérios da Diretiva SCA em que a classificação se baseia.

Os fornecedores de PPV **não podem iniciar a sua atividade antes de efetuar o registo**, nos termos do artigo 36.º-L, do Decreto Regulamentar dos Registos. Estão obrigados (artigo 19.º, n.º 3, LTASAP) a comunicar à ERC os **elementos necessários** para efeitos de **registo**, bem como a proceder à sua atualização, nos termos definidos em decreto regulamentar.

Considerando a **disponibilização pública da lista de fornecedores de plataformas de partilha de vídeo** sob jurisdição do Estado português da responsabilidade da ERC, é de notar que a mesma é cumprida através do [website](#) desta entidade. Esta lista inclui atualmente dois fornecedores, a MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A. e a Fedrax, Lda., que detêm dois serviços de PPV cada.

Tendo em conta a natureza dos conteúdos disponibilizados pela Fedrax, Lda., 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 da PPV, ponto que integrou já duas decisões da ERC, conforme se verá adiante.

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).

Ao nível da **intervenção regulatória direta**, a ERC aprovou, em 2023, uma [deliberação](#) relativa à empresa Fedrax, Lda. que se encontrava, à data da abertura do procedimento, registada na ERC enquanto **fornecedor de uma plataforma de partilha de vídeos de conteúdo pornográfico**. A abertura deste procedimento teve por base um pedido de colaboração do regulador espanhol – Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) –, ao abrigo do [Memorando de Entendimento](#) (MoU) celebrado entre entidades reguladoras que integram o [ERGA](#) – European Regulators Group of Audiovisual Media Services, para colaboração relativamente à aplicação das disposições da Diretiva SCA em casos sob jurisdição de outro Estado-membro. O procedimento permitiu identificar 14 sítios eletrónicos de conteúdo pornográfico detidos pela empresa Fedrax, Lda.

As diligências desenvolvidas pela ERC, quer de fiscalização, quer de recolha de informações junto da empresa, permitiram concluir que **os websites verificados aparentavam consistir em Serviços Audiovisuais a Pedido**, uma vez que se apresentavam como catálogos de conteúdos e que não se encontrou meio de os utilizadores efetuarem o carregamento

e a partilha de vídeos. No entanto, os termos e condições dos sítios eletrónicos identificavam-nos como plataformas que permitiam «descarregar, carregar, partilhar e visualizar em geral vários tipos de conteúdos permitindo aos utilizadores registados e não registados partilhar e visualizar representações visuais de conteúdos para adultos», características típicas de uma PPV. Registe-se o facto de a empresa ter informado a ERC de que **os sítios eletrónicos em causa não permitiam carregamento de vídeos de utilizadores**, contrariando o constante nos termos de utilização. A verificar-se esta informação estar-se-ia perante serviços audiovisuais a pedido.

Um ponto crítico identificado nas diligências desenvolvidas pela ERC foi o facto de os **conteúdos em questão se encontrarem totalmente disponíveis** ao aceder aos *websites*, o que se torna relevante, quer se trate de plataformas de partilha de vídeos, quer se trate de serviços audiovisuais a pedido, uma vez que **a LTSAP obriga** a que sejam colocados em prática **meios eficazes de verificação de idade** que barrem a menores o acesso a **conteúdos de pornografia**.

Apesar de se ter verificado que estes sistemas estavam em vigor nos diversos *websites* consultados, **constatou-se existir um hiato** entre a abertura do *website* e o barramento dos conteúdos pelo sistema de verificação de idades, o que possibilitava que, num período de cerca de dois segundos, **fosse possível a qualquer utilizador visionar os conteúdos pornográficos** apresentados.

Adicionalmente, concluiu-se que, ainda que reconhecesse ser proprietária de diversos *websites*, a Fedrax, Lda. apenas havia procedido ao **registo na ERC de um único serviço**, no caso, de plataforma de partilha de vídeos. Motivo pelo qual se encontrava em **incumprimento das obrigações de registo** constantes no artigo 19.º da LTSAP, segundo o qual «[o]s operadores de televisão e de distribuição e de serviços audiovisuais a pedido, assim como os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos, estão obrigados a comunicar à ERC os elementos necessários para efeitos de registo, bem como proceder à sua atualização, nos termos definidos em decreto regulamentar».

Como corolário destas diligências, a ERC tomou providências, designadamente de alertar a empresa para a necessidade de **colocar em prática um sistema de verificação de idades verdadeiramente eficaz e sem atraso** aquando do acesso aos sítios eletrónicos de conteúdo pornográfico. Foi também determinada a **abertura de um processo de contraordenação** por incumprimento das obrigações de registo e de fornecimento de elementos definidas pela legislação aplicável².

Resultou daqui que a Fedrax, Lda. veio proceder à inscrição dos serviços por si geridos no cadastro de registos da ERC, constando estes de **seis serviços audiovisuais a pedido e de duas plataformas de partilha de vídeo**.

No entanto, apesar desta decisão da ERC e das ações da Fedrax, Lda., o regulador espanhol, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia – CNMC, após notificação da deliberação da ERC, veio informar que os *websites* continuavam acessíveis em Espanha sem qualquer restrição.

Esta comunicação espoletou uma nova **ação de fiscalização da ERC**, que apurou existirem melhorais no sistema de verificação de idades dos *websites* da Fedrax, Lda. (com exceção de um), através da desfocagem das imagens do *website* enquanto o utilizador procede à verificação da sua idade. Contudo, foi possível verificar que **não foi assegurada a implementação das medidas restritivas de acesso em todos os países**, nem em todas as páginas, contrariando a determinação da ERC. Um incumprimento que poderá consubstanciar uma violação do dever de colaboração consagrado no artigo 53.º, n.º 5, dos Estatutos da ERC, punível como contraordenação com coima de 50 mil a 250 mil euros, conforme resulta do artigo 68.º dos Estatutos da ERC.

Note-se, adicionalmente, que a divulgação sem restrições de **conteúdos pornográficos** é passível de constituir **crime**, nos termos do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 254/76, de 7 de abril, relativo à publicação e comercialização de conteúdos pornográficos, cabendo ao Ministério Público, nos termos do artigo 7.º do mesmo diploma, a competência para instrução do procedimento. Assim, da ação de fiscalização da ERC emanou uma deliberação que determinou conceder à Fedrax, Lda., um prazo de 10 dias para colocar em prática os **sistemas de verificação de idade** em **todas as páginas e em todos os países** onde a mesmas se encontram acessíveis, sob pena de comunicação dos elementos ao Ministério Público para agir em conformidade com a lei aplicável.

² Cf. Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, com a redação dada pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, artigos 36.º-H e 37.º, n.º 1, alínea c).

O fornecedor Fedrax, Lda. comunicou, em março 2024, que o sistema de bloqueio não estava a funcionar eficazmente e que em sequência da Deliberação ERC/2024/81 (OUT-NET), promoveu as diligências necessárias, nomeadamente o controlo de acesso em todos os *sites*. Pela inexistência de participações adicionais e pelas diligências tomadas pelo fornecedor, concluiu-se pela aplicação de sistemas de verificação de idade em todos os *sites* do fornecedor disponíveis nos países da União Europeia.

A ERC participou, ao longo de 2023, em **atividades internacionais** relacionadas com a regulação das PPV no âmbito dos grupos que integra, designadamente no ERGA, que serão pormenorizadas no ponto correspondente.

3. DESINFORMAÇÃO

A **desinformação** tem vindo a ocupar a atividade regulatória da ERC nos últimos anos, especialmente a partir de 2018, em duas vertentes distintas – ao nível interno e em atividades de âmbito internacional. No plano nacional, o momento inicial foi a elaboração do estudo “A Desinformação — Contexto Europeu e Nacional”, apresentado em 2019, no Parlamento, dando início ao processo legislativo que veio a culminar na aprovação da “Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital”³.

Recorde-se que a primeira versão deste diploma vigorou, cerca de um ano, entre 2021 e 2022, atribuindo competências específicas à ERC na área da desinformação. No entanto, não chegou a ser feita a operacionalização destas disposições legais. Em novembro de 2022, viria a ser aprovada uma [alteração](#) que **eliminou as disposições relativas à intervenção da ERC no âmbito da desinformação**.

Sem **quaisquer atribuições de competências formalmente estabelecidas** que lhe permitissem lidar com o fenómeno de uma forma integrada, encarando a sua natureza sistémica, a ERC foi procurando alguns caminhos para responder a desafios que entendeu exigirem a sua intervenção, considerando que posições públicas do regulador sobre casos concretos podem, se não ter consequências diretas, pelo menos refletir-se ao nível da tomada de consciência pública sobre desinformação.

Esta abordagem integra-se na linha sustentada pela ERC no [livro](#)⁴ “A Desinformação — Contexto Europeu e Nacional”, no qual se perspetivam vias para uma **resposta multidimensional**⁵, reconhecendo que, além de medidas que possam prevenir a disseminação de conteúdos desinformativos, importa trabalhar também sobre formas de retirar-lhes eficácia, o que só pode ser bem-sucedido se se criar nos cidadãos capacidade de resiliência. As tomadas de posição da ERC relativamente a casos concretos que teve ensejo de analisar ao longo de 2023 visaram ajudar a estimular esta capacidade nos cidadãos.

Um dos casos paradigmáticos tratados pela ERC em 2023 relacionado com a difusão de desinformação prendeu-se com a **utilização abusiva do grafismo de órgãos de comunicação social** por parte de um líder político na rede social X, pretendendo com essa prática credibilizar posições e informações defendidas pelo próprio como se de notícias daqueles órgãos de comunicação social se tratassem. O caso gerou amplo debate público, com reflexo nos órgãos de comunicação social.

³ Lei n.º 27/2021, de 17 de maio

⁴ “A DESINFORMAÇÃO Contexto Europeu e Nacional”, Almedina, 2023

⁵ 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.

As diligências desenvolvidas pela ERC, no âmbito de um procedimento oficioso, permitiram concluir que o referido líder político publicou, na sua conta do X, imagens falsas emulando o grafismo do Público e da Rádio Renascença, pretendendo claramente enganar o público de modo a credibilizar as suas posições, no caso, relacionadas com a Jornada Mundial da Juventude, que decorreu em Lisboa em agosto de 2023.

Na sua [Deliberação](#) a ERC assinalou que a desinformação se apresenta como um fenómeno de natureza sistémica muito relevante para a democracia, que convoca **especiais cuidados no equilíbrio entre combate à desinformação e salvaguarda da liberdade de expressão e**, ao mesmo tempo, impacta diretamente na economia da informação na qual se inclui a comunicação social, tutelada pela ERC. Isto é, concorre a diversos níveis com esta. Ponto que se sublinha considerando que faz parte das competências desta entidade contribuir para dar cumprimento ao **direito à informação**, direito que a **desinformação coloca em perigo**. É também por esta via que a ERC entende ser relevante analisar e expor casos em que a divulgação de desinformação se mostre especialmente lesiva do direito à informação. Neste ponto, o caso ora relatado é exemplar, dado que são utilizados grafismos de órgãos de comunicação social tendo em vista, com elevado grau de certeza, manipular os utilizadores de redes sociais.

Não deixou a ERC de assinalar que **os utilizadores de redes sociais gozam do direito à liberdade de expressão**, não estando ao alcance de qualquer entidade administrativa ou do Estado democrático, pelo menos sem um enquadramento legal adequado, necessário e proporcional, atuar sobre a ação particular destes utilizadores (à parte de situações em que estejam em causa ilícitos criminais ou a propagação de informação falsa ou manipulada integrada no que se classifica como discurso de ódio, não sendo punida a desinformação, mas sim o ilícito criminal cometido com recurso a ela).

Portanto, foi forçoso concluir que, a difusão de desinformação por parte de um dirigente político (ou de qualquer outro utilizador na sua atividade nas redes sociais) com a divulgação de **mensagens falsas ou manipuladas que visam enganar deliberadamente o público**, não tem, nem pode ter, uma sanção direta sobre o próprio, exceto nas situações em que esteja em causa conteúdo enquadrável como ilícito.

Também é assinalado na deliberação em referência que a **desinformação** não pode ser vista, abordada ou combatida de forma casuística, uma vez que tal constituiria na maioria das vezes um **atentado ilegítimo à liberdade de expressão**, pelo que se convocam diversos instrumentos (arquitetura e funcionamento das plataformas, literacia mediática, verificação de factos, assinalar conteúdos verificados, divulgação de utilizadores que difundem desinformação de forma recorrente, promover o conhecimento produzido por investigadores e a divulgação junto dos cidadãos dos observatórios independentes dedicados a detetar casos de desinformação) para que os cidadãos criem maior atenção e perceção sobre o risco de manipulação. É importante capacitar os cidadãos para a sua vida digital, construindo uma literacia que os responsabilize e, ao mesmo tempo, os torne mais resilientes à desinformação que circula no espaço público, sobretudo nas redes sociais dada a sua utilização universal e conseqüente potencial de difusão massiva. O Conselho Regulador decidiu que o caso incluía questões de propriedade intelectual que não eram da sua competência; considerou que a publicação, por um líder político, de imagens que emulavam o Público e a Rádio Renascença poderia configurar uma ação de desinformação, na medida em que pretendeu apoiar-se na imagem daqueles dois órgãos de comunicação social conhecidos do público para credibilizar as mensagens que o próprio queria promover; e reconheceu que, **não dispendo de competências diretas sobre a difusão de desinformação**, mas atendendo ao facto de o caso concreto poder **afetar a atividade de comunicação social**, não poderia deixar de advertir contra este tipo de ação.

Outro caso de desinformação sobre o qual a ERC se pronunciou em 2023 demonstrou o mesmo método de **apropriação da imagem gráfica** de um órgão de comunicação social, no caso, a TVI, para **simular a divulgação de uma sondagem política**, favorável ao partido CHEGA. A imagem divulgada por um utilizador através da rede social X pretendia, com recurso a uma imagem manipulada que simulava uma captura de ecrã da emissão da TVI, fazer crer que este serviço de programas noticiara no seu serviço noticioso os resultados da dita sondagem.

Tendo de imediato sido identificada pelos serviços competentes da ERC a inexistência de uma sondagem com os resultados divulgados e, ao mesmo tempo, tendo-se apurado que a TVI não noticiara algo de semelhante, foi conduzida uma análise sobre o pressuposto de que se trataria de uma **manobra para deliberadamente levar os utilizadores a**

acreditarem que se tratava de uma sondagem fidedigna. Análise essa que resultou na adoção de uma [Deliberação](#) por parte da ERC.

Nesta decisão, o Conselho Regulador entendeu-se esclarecer que, pese embora a atividade regulatória se cinja ao âmbito do estatuído no artigo 6.º dos seus Estatutos⁶, a **intervenção do regulador no combate à desinformação** difundida através de plataformas *online* situa-se na esfera do **cumprimento ao direito à informação**, que cabe ao Estado assegurar e, concomitantemente, ajuda a concretizar a garantia do **direito dos cidadãos à proteção contra a desinformação**, definido na Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital.

A ERC assinalou, por se tratar de uma pretensa divulgação de uma sondagem política no âmbito das intenções de voto nas eleições legislativas que iriam decorrer em março de 2024, que a **tentativa de intencionalmente influenciar as opções de voto do eleitorado**, ou a radicalização do discurso ideológico, com recurso à difusão de informação falsa e manipulada, em particular através das redes sociais, é uma das formas de propagação de falsas narrativas que **coloca em causa o exercício livre da escolha democrática**.

Perante este cenário, a ERC adotou um posicionamento que enquadrou no seu leque de atribuições no domínio da comunicação social, designadamente a de «assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa». Assim, perfilhando o entendimento de que um dos **meios mais eficazes** de combate à desinformação é o seu **escrutínio e exposição pública**, tornando claras aos olhos dos cidadãos narrativas falsas, enganadoras ou manipuladas que circulam no espaço público com intenção de influenciar e os respetivos promotores, a ERC entendeu que se enquadra no âmbito da sua atividade tornar explícitas para os cidadãos tais situações.

Neste sentido, a ERC realçou que o seu papel passaria por proceder à **exposição pública** do caso enquanto conteúdo de desinformação, considerando que, desse modo, estaria a salvaguardar o **direito à informação** dos cidadãos constitucionalmente previsto e a contribuir para dar cumprimento ao **direito de proteção contra a desinformação** reconhecido na lei. Salvaguardas de especial importância atendendo ao facto de o caso concreto implicar a utilização manipulatória da imagem de um órgão de comunicação social, podendo contribuir **simultaneamente para prejudicar estes dois direitos** através da descredibilização do OCS e do sistema mediático que constitui um dos pontos mais relevantes para o combate à desinformação.

Em suma, considerou que a apropriação do grafismo de OCS e a fabricação ou manipulação de sondagens afetam necessariamente o livre exercício do direito à informação.

Ao mesmo tempo, não se pode dissociar a proteção da atividade de comunicação social, enquanto bem público da garantia do direito constitucional à informação. Por sua vez, no atual ecossistema mediático, também não se dissocia o exercício desse direito à informação da **proteção da credibilidade dos órgãos de comunicação social** junto dos cidadãos, uma vez que é na atividade destes que assenta um dos pilares do combate à desinformação. Assim, colocar em causa a credibilidade de OCS através de publicações que utilizam de forma abusiva a sua imagem com intuídos manipulatórios é fomentar duplamente a desinformação.

Atendendo às características do caso concreto, a ERC decidiu ainda esclarecer os cidadãos de que a publicação ou difusão pública de qualquer sondagem ou estudo de opinião legítimo apenas é permitida após o seu depósito junto da ERC, acompanhada da ficha técnica e disponibilizada para consulta pelos cidadãos no *website* do regulador. Portanto, na ausência destes elementos, os cidadãos devem questionar a fiabilidade das informações apresentadas. Provavelmente serão falsas ou manipuladas.

Em suma, a ERC considerou que a publicação da rede social X analisada configurava a **difusão de desinformação**, uma vez que o recurso à imagem da TVI, um órgão de comunicação social amplamente conhecido do público, para credibilizar mensagens baseadas em factos fabricados, no caso, resultados de uma sondagem, que o autor da publicação pretendia, tem a intenção de manipular o público. Estas características enquadram aqueles conteúdos no conceito de desinformação.

⁶ Lei n.º 53/2005, de 08 de novembro.

A ERC não deixou também de apelar ao **envolvimento ativo dos OCS na defesa da sua própria credibilidade** e no posicionamento como pedra de toque na resiliência dos cidadãos a narrativas falsas, manipuladoras e enganadoras, mostrando-se como fontes creíveis de informação. Este posicionamento exige a assunção por parte dos OCS de uma **posição ativa na denúncia e exposição de casos** semelhantes e, em paralelo, que garantam a qualidade dos seus conteúdos, especialmente os jornalísticos, tornando mais confiável a sua marca e também o espaço público.

Além das iniciativas de âmbito nacional brevemente expostas neste ponto, a ERC participa em grupos de trabalho internacionais e colabora com entidades diversas na área da desinformação, com destaque para as atividades desenvolvidas no âmbito do ERGA. Esta área de trabalho é desenvolvida adiante.

Passos relevantes vêm sendo dados a nível internacional e é necessário acompanhar esses desenvolvimentos no plano interno.

A entrada em vigor em pleno do [Regulamento dos Serviços Digitais](#), em fevereiro de 2024, a [Regulação sobre a Transparência e Direcionamento da Propaganda Política](#), o Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado e a sua transformação para integração no âmbito do disposto no Regulamento dos Serviços Digitais (artigo 45.º) relativamente à adoção por certos serviços intermediários de códigos de atuação são marcos no trabalho de combate à difusão massiva de desinformação e a prevenção dos riscos societários que representa nas democracias abertas e terão impacto ao nível do trabalho nacional nesta área.

A aplicação do Regulamento dos Serviços Digitais em território nacional vem sendo preparada ao nível governativo, regulatório e legislativo ao longo de 2024. O resultado deste trabalho será, assim, pormenorizado no relatório correspondente, nomeadamente ao nível das atribuições e competências da ERC neste campo, no qual se inclui, a par com os conteúdos ilícitos, o combate à desinformação nas plataformas de muito grande dimensão.



4. ATIVIDADES DE COLABORAÇÃO INTERNACIONAL

A ERC desenvolve de forma sistemática atividades de cooperação com organismos internacionais sobre a área dos *media* digitais.

Uma das áreas de cooperação consiste no trabalho desenvolvido no seio do **ERGA – Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Media Audiovisuais**⁷ ao longo dos últimos anos. Este grupo de reguladores europeus acompanha e presta assessoria à Comissão Europeia, tendo começado com a área da regulação dos *media* audiovisuais, mas que tem vindo a evoluir de acordo com as mudanças que o sistema mediático tem vindo a registar de forma cada vez mais acelerada e também mais profunda. A ERC integra todos os grupos de trabalho temáticos que funcionam no seio do ERGA e que correspondem aos temas definidos como prioritários para cada ano de trabalho.

Em 2023, a [atividade](#) deste grupo foi distribuída por três grupos de trabalho, correspondentes a três áreas de ação distintas: correspondeu a um subgrupo de trabalho: Subgrupo 1 – [“Consistent implementation and enforcement of the European framework for audiovisual media services”](#); Subgrupo 2 – [“Completion of the EU regulatory framework for media”](#) e Subgrupo 3 – [“Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment”](#). Estes subgrupos correspondem sensivelmente aos que existiam no ano precedente, refletindo o subgrupo 1 os desenvolvimentos na área legislativa, uma vez que, além da Diretiva SCA, passa a integrar outros instrumentos, entretanto em discussão e aprovação, como o Regulamento dos Serviços Digitais, o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política, o [Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social](#) e até o Regulamento sobre Inteligência Artificial, numa perspetiva de conjunto e de articulação de maneira a compor um quadro regulatório consistente a partir de todos esses dispositivos.

Além dos subgrupos, foram também constituídos **dois grupos de ação**: Grupo de Ação 1 – [“Internal procedures”](#), dedicado à melhoria e adaptação dos procedimentos internos do funcionamento do ERGA tendo em vista a constituição da entidade (o *Board*) que a Comissão Europeia virá a estabelecer no âmbito do definido no Regulamento dos Serviços Digitais; e Grupo de Ação 2 – [“Media literacy”](#) dedicado à área da Literacia Mediática.

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** e 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. Concluídos os respetivos processos legislativos, também o Regulamento Europeu sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social e o Regulamento sobre a Transparência e o Direcionamento da Propaganda Política passarão a integrar este quadro regulatório europeu voltado para o meio digital *online*.

Ao longo de 2023, prosseguiu o intenso trabalho em torno da construção de um **quadro de implementação, monitorização e apuramento de resultados do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado**, sobretudo por parte da *Task force* Permanente do Código de Conduta, sob a égide da Comissão Europeia. Alguns dos membros do ERGA tomaram parte em subgrupos desta *Task force*, contribuindo para responder à alta exigência colocada pela execução ambiciosa da monitorização da implementação do Código de Conduta e apuramento dos resultados alcançados.

Em paralelo com a participação nos trabalhos desenvolvidos no seio do ERGA, a ERC colaborou com outras entidades, como a ONU, e Estados-membros no âmbito de consultas efetuadas relativamente ao combate à desinformação, através de pareceres e de respostas a pedidos de colaboração.

⁷ <https://erga-online.eu>

4.1 Monitorização do código de conduta sobre desinformação Reforçado

A **versão reforçada do Código de Conduta sobre Desinformação** foi adotada pelos signatários a 16 de junho de 2022 e veio corresponder às linhas orientadoras da Comissão Europeia e dos reguladores nacionais reunidos no ERGA sobre a **necessidade de monitorizar, mensurar e avaliar a eficácia das medidas** adotadas pelos signatários, em especial as plataformas de grande dimensão.

O novo Código consiste num aprofundamento muito significativo do seu antecessor, passando a ser constituído por **44 compromissos e 128 medidas** específicas cujo cumprimento é aferido através **de indicadores quantitativos e qualitativos**. Este novo Código de Conduta e os trabalhos desenvolvidos para a **monitorização e a avaliação de impacto** sobre a disseminação de desinformação na UE refletem um maior peso interventivo da Comissão Europeia. Em simultâneo, o documento acomodava já a intenção de harmonização com previsões do Regulamento dos Serviços Digitais (artigo 45.º), designadamente no que respeita às chamadas VLOPSEs, sigla inglesa para *Very Large Online Platforms and Search Engines* (Plataformas e Motores de Busca *Online* de Muito Grande Dimensão, tradução livre), processo que se encontra atualmente em curso.

O Código Reforçado foi assinado por 34 entidades, tendo, entretanto, registado a adesão de novos membros em 2023, passando a constar 43 entidades. Nelas se incluem 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.

Os primeiros **relatórios dos signatários sobre a aplicação deste Código Reforçado** foram disponibilizados em janeiro de 2023 em [website](#) concebido para o efeito, estando **disponíveis para livre consulta**. Esta disponibilização pública integra-se no esforço de **transparência sobre o funcionamento das plataformas** que está prevista no Código de Conduta. Os VLOPSEs [plataformas e motores e pesquisa de muito grande dimensão] estão obrigados a publicar relatórios semestrais, enquanto os restantes signatários o fazem numa base anual, o que leva a que, à data, estejam disponíveis três relatórios de aplicação das medidas do Código de Conduta por parte dos grandes atores nesta área.

A ERC tem vindo a participar nas atividades desenvolvidas em torno do Código de Conduta, desde a sua primeira versão, através da **colaboração e acompanhamento da ação do ERGA**, conforme tem vindo a ser detalhado nos Relatórios de Regulação precedentes.

O Código de Conduta consiste num dos instrumentos cruciais para a estratégia de diminuição do impacto da circulação de desinformação que a União Europeia tem vindo a construir. As matérias relacionadas com a desinformação foram, em 2023, tratadas no âmbito do Subgrupo 3 (SG3) do ERGA – *“Countering disinformation and strengthening democracy in the digital environment”*, no seio do qual foi constituída a Linha de Trabalho 1 – **Monitorização do Código de Conduta sobre Desinformação**. Nesta linha de trabalho foram desenvolvidos dois âmbitos de participação das entidades reguladoras: participação na **Task force Permanente do Código de Conduta**^{8,9} e colaboração na construção de uma metodologia e respetiva ferramenta de monitorização do Código de Conduta a ser utilizada posteriormente por todos os reguladores nacionais. Este trabalho foi entregue pela Comissão Europeia a uma empresa – a Kantar Public – que trabalha com os reguladores nacionais que entenderam integrar este exercício.

A ERC fez o acompanhamento permanente dos trabalhos enquadrado na sua participação no SG3.

8 A criação da *Task Force* Permanente decorre da aprovação do Código de Conduta (Capítulo IX), cabendo-lhe 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. Recorde-se que a participação do ERGA nesta *Task force* foi anunciada em novembro de 2022, assumindo a presidência de um dos subgrupos de trabalho – **“Monitorização e Reporte”** – através do representante do regulador da Eslováquia. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

9 Sobre a *Task Force* Permanente do Código de Conduta consultar “Relatório de Regulação 2022”, volume I, pp. 83-109.

No âmbito desta **Linha de trabalho 1**, os reguladores nacionais foram convidados pela presidência do SG3 a participar nas iniciativas da Comissão Europeia que visam a monitorização e avaliação de impacto do Código de Conduta Reforçado.

Um dos âmbitos desta participação incentivado pela presidência do SG3 consistia na **adesão dos reguladores nacionais à Task force** para representarem o ERGA neste organismo da Comissão Europeia composto por Signatários do Código, representantes do [EDMO](#) – European Digital Media Observatory, do ERGA e do Serviço Europeu de Ação Externa (EEAS). Como resultado deste incentivo à participação, decidiram aderir os reguladores AGCOM (Itália), Arcom (França), CMS (Eslováquia), DLM (Alemanha), NCRTV (Grécia), que se juntaram à presidência do SG3 que já integrava a *Task force*. Cada um destes reguladores integrou diferentes grupos de trabalho.

Os trabalhos desenvolvidos no seio deste organismo encontram-se revestidos de elevado grau de confidencialidade. A informação sobre a sua atividade é comunicada periodicamente à direção do ERGA com conhecimento aos membros do SG3.

Um dos pontos que gerou maior volume de trabalho ao longo do ano no âmbito da *Task force* foi a **construção de indicadores e respetivas métricas** que permitissem **avaliar a implementação do Código de Conduta**. Esta tarefa foi inicialmente desenvolvida pelo subgrupo de trabalho da *Task force* Monitorização e Reporte, presidido pelo ERGA, mas foi necessário integrar outras entidades, como o EDMO, dada a complexidade da tarefa.

Tendo em vista dar conta do trabalho desenvolvido nestas várias frentes da Linha de trabalho 1 que os reguladores nacionais assumiram, quer na *Task force*, quer na elaboração da metodologia de avaliação do Código de Conduta, foram organizados *workshops* para partilha de conhecimento e boas práticas que incluíram a participação de entidades externas ao ERGA consideradas relevantes na área do combate à desinformação.

Um destes *workshops* incidiu sobre a **avaliação pelo ERGA de um ano de vigência do Código de Conduta** e o outro sobre aspetos particulares da conceção da metodologia de avaliação do Código de Conduta, designadamente sobre a **construção e aplicação prática dos indicadores quantitativos e respetivas métricas** que irão servir para avaliar e monitorizar a circulação de desinformação e o impacto da aplicação das medidas do Código sobre a circulação de desinformação (cf. informação pormenorizada sobre estes *workshops* abaixo).

Workshop 1 – Monitorização do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado, 15 de maio 2023

O evento teve como objetivo principal discutir com os reguladores nacionais a avaliação do SG3 sobre o **primeiro ano de vigência do Código de Conduta Reforçado** (junho 2022 – junho 2023), partindo do relatório elaborado para o efeito - [ERGA report on the first year of the Strengthened Code of Practice on Disinformation](#). Na segunda parte deste *workshop*, foi dada voz aos diversos *hubs* regionais do EDMO, isto é, aos diversos observatórios regionais sobre desinformação.

No que respeita ao relatório sobre a vigência de um ano do Código, destaca-se o facto de o ERGA manifestar satisfação generalizada pela implementação de algumas das recomendações que havia assinalado relativamente ao conteúdo do Código. No entanto, foi salientado, pela negativa, o facto de os [relatórios](#) apresentados pelos signatários até àquela data carecerem de qualidade, abrangência e comparabilidade no que diz respeito às medidas tomadas para combater a difusão de desinformação nos Estados-membros. Assim, a recomendação do SG3 passou **por incentivar vivamente os signatários** a fornecerem **dados por Estado-membro** nos relatórios subsequentes, uma condição prévia considerada crucial pelo ERGA para uma monitorização eficaz a nível nacional.

O ERGA recomendou ainda a criação de um **repositório central para as políticas de desinformação relevantes** no âmbito do Centro de Transparência. Outro dos pontos relevantes para o ERGA consiste em **tornar vinculativo o compromisso de disponibilização do acesso a dados das plataformas para investigação**, uma vez que o acesso a dados está disponível apenas para investigadores autorizados e filiados em universidades.

O grupo de reguladores salientou ainda no seu relatório, no que concerne à estrutura dos relatórios dos signatários, que fossem utilizados tópicos e frases curtas, que fossem eliminadas as longas declarações e descrições gerais quando são pedidas informações específicas, bem como a repetição de informação desnecessária.

A disponibilização de ligações (*links*) deve servir, segundo a recomendação do ERGA, não para referência a normas comunitárias genéricas, mas apenas para dar exemplos ou ilustrar ideias. A par, sublinhou a importância da contextualização dos dados e das comparações entre as medidas aplicadas no período de referência anterior e as medidas adotadas no período a que se refere cada relatório. Recorde-se que, no âmbito do Código de Conduta Reforçado, os signatários considerados plataformas de muito grande dimensão são obrigados a disponibilizar publicamente, através do [Centro de Transparência](#) do Código, relatórios semestrais sobre a sua aplicação.

A segunda parte deste evento foi preenchida pela apresentação dos observatórios regionais do EDMO. Este foi descrito como um observatório independente que reúne verificadores de factos e académicos com experiência no domínio da desinformação *online*, plataformas, redes sociais, meios de comunicação social jornalísticos e profissionais de literacia mediática.

O EDMO alberga 14 *hubs* nacionais ou regionais que abrangem os 27 Estados-membros da UE, bem como a Noruega, conforme se lista abaixo. Cada um destes observatórios compreende uma rede de organizações ativas num ou em vários Estados-membros visando fornecer conhecimentos específicos sobre os ambientes de informação locais, de modo a reforçar a sinalização e a análise de campanhas de desinformação, promover a sensibilização do público e conceber respostas eficazes.

O âmbito de atuação regional e/ou linguístico permite que cada um destes *hubs* se apresente como fonte crucial de conhecimento sobre os ambientes digitais locais, ao centrar-se nas vulnerabilidades emergentes dos meios de comunicação digitais e nas campanhas de desinformação relevantes nessa área de influência.

Ao nível do trabalho desenvolvido, cada hub contribui para: a) detetar e analisar campanhas de desinformação e produzir conteúdos para apoiar os órgãos de comunicação social clássicos e locais e as autoridades públicas na exposição de campanhas de desinformação; b) organizar atividades de literacia mediática a nível nacional ou multinacional; c) prestar apoio às autoridades nacionais para o controlo das políticas direcionadas para as plataformas *online* e para o ecossistema dos órgãos de comunicação digitais.

Os 14 *hubs* nacionais e regionais do EDMO são:

- [ADMO - ADRIA DIGITAL MEDIA OBSERVATORY](#)
- [BECID - BALTIC ENGAGEMENT CENTRE FOR COMBATING INFORMATION DISORDERS](#)
- [BENEDMO - BELGIUM-NETHERLANDS DIGITAL MEDIA AND DISINFORMATION OBSERVATORY](#)
- [BROD - BULGARIAN-ROMANIAN OBSERVATORY OF DIGITAL MEDIA](#)
- [CEDMO - CENTRAL EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY](#)
- [DE FACTO - OBSERVATOIRE DE L'INFORMATION ET DES MEDIAS](#)
- [EDMO BELUX - BELGIUM-LUXEMBOURG RESEARCH HUB ON DIGITAL MEDIA AND DISINFORMATION](#)
- [GADMO - GERMAN-AUSTRIAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY](#)
- [HDMO - HUNGARIAN HUB AGAINST DISINFORMATION](#)
- [IBERIFIER - IBERIAN DIGITAL MEDIA RESEARCH AND FACT-CHECKING HUB](#)
- [IDMO - ITALIAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY](#)
- [IRELAND HUB](#)
- [MEDDMO - MEDITERRANEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY](#)
- [NORDIS - THE NORDIC OBSERVATORY FOR DIGITAL MEDIA AND INFORMATION DISORDER](#)

A partir das intervenções por parte de representantes destes *hubs* foi possível perceber que se encontram em **estágios de desenvolvimento diferentes**, também pelo facto de terem conhecido fases de arranque diversas. Todos disponibilizam trabalhos que podem ser consultados nos respetivos *websites*.

No que concerne ao *hub* que compreende o território português, o IBERIFIER, cujo alcance geográfico é a Península Ibérica, é coordenado pela Universidade de Navarra em parceria com o ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa; a Universidade de Granada; a Universidade de Santiago de Compostela; a Universidade Miguel Hernández de Elche; a Universidade de Valência; a Universidade Rey Juan Carlos; a Universidade Carlos III de Madrid; a Universidade CEU San Pablo; a Universidade de Aveiro; a Universidade Politécnica de Madrid; a Universidade Politécnica de Valência; a Maldita.es; a EFE Verifica; a Verificat; o Polígrafo; a Agência Lusa; o Elcano Royal Institute; a Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT); o Barcelona Supercomputing Center (BSC); o OberCom; o Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR); e a Associação Literacia para os Media e Jornalismo (ALPMJ).

Este *hub* coloca a ênfase da sua atividade no trabalho de verificação de conteúdos de desinformação levada a cabo pelas equipas de verificadores de factos dos seus parceiros, como o Polígrafo (Portugal), EFE Verifica (Espanha), Verificat (Espanha) e Fundación Maldita.es (Espanha).

Um dos trabalhos relevantes deste *hub* ibérico é o relatório “[O impacto da desinformação na indústria dos meios de comunicação social em Espanha e Portugal](#)” no qual se destaca a erosão da confiança do público nos *media*, a necessidade de os jornalistas verificarem as informações com mais rigor e a criação de um mercado de notícias sensacionalistas e tendenciosas.

De acordo com o IBERIFIER, os resultados de um inquérito realizado à população espanhola e portuguesa mostram que ambos os países têm uma elevada confiança nas instituições de saúde. Em **Portugal**, os inquiridos mostraram uma maior preocupação com a **desinformação na política** do que entre familiares, colegas ou amigos. A análise do inquérito em Espanha mostrou que o género influenciou a perda de confiança nos órgãos de comunicação social que publicam notícias falsas e que o grau de confiança na comunicação social dependeu do partido político em que votaram nas últimas eleições. Os editores dos órgãos de comunicação social em ambos os países confirmaram a importância dos procedimentos de verificação, embora com diferenças entre si.

Neste relatório, o IBERIFIER sugere várias soluções para combater a desinformação, tais como o investimento em atividades de literacia mediática, a regulação das fontes de desinformação *online* e a promoção da transparência.

Workshop 2 – Reunião Multistakeholders sobre os Indicadores Estruturais do Código de Conduta, 09 de novembro 2023

A Comissão Europeia organizou uma reunião com diversos intervenientes e interessados no Código de Conduta contra a Desinformação Reforçado intitulada “*Stakeholder Meeting on the Structural Indicators*”. Este evento *multistakeholder* visou discutir os [Indicadores Estruturais](#) (quantitativos) que deverão servir para a avaliação do impacto do Código de Conduta. Neste evento, o EDMO enquadrou o processo de conceção destes indicadores e a empresa TrustLab apresentou o [estudo](#) piloto de aplicação de Indicadores Quantitativos e as respetivas métricas.

A conceção deste quadro de avaliação, especialmente dos **indicadores quantitativos** que vão servir de base para a avaliação do impacto da aplicação do Código, foi sendo trabalhado pelo subgrupo de trabalho “Monitorização e Reporte” da *Task force* Permanente do Código de Conduta sobre Desinformação Reforçado, no seio do qual foi constituído um **grupo de trabalho exclusivamente dedicado a conceber os indicadores**, pelo facto de se ter verificado que se tratava de uma tarefa muito complexa.

Considerando essa complexidade, este grupo decidiu integrar o EDMO nos trabalhos o que resultou na proposta de um conjunto de indicadores. Da parte do EDMO, foi referido que a construção de um **quadro de avaliação do Código de Conduta visa a monitorização da eficácia das políticas**, entre auto, co e heterorregulação. Neste quadro, os indicadores estruturais do Código de Conduta são vistos como elementos que contribuem para a transparência e para aceder a dados das plataformas. Estes dois pontos são, por sua vez, provisões do Regulamento dos Serviços Digitais, mais propriamente no Código de Conduta previsto neste regulamento para as plataformas de muito grande dimensão (artigo 45.º do Regulamento).

A noção de Indicadores Estruturais considerada pelo observatório no trabalho desenvolvido foi: Indicadores Estruturais, de um modo geral, são utilizados para monitorizar a implementação de determinadas políticas (por exemplo:

emprego, saúde, *media*, etc.) e em relação aos objetivos a atingir. Mais comumente, tais indicadores usam variáveis sociodemográficas e componentes estruturais chave para medi-los ao longo do tempo, com o objetivo de observar transformações estruturais.

Os **indicadores estruturais** do Código **são elementos essenciais** para compreender as dimensões da desinformação *online* e para **avaliar a eficácia do Código** nesse âmbito. São um elemento de transparência e de escrutínio público.

A proposta de indicadores para avaliação de desinformação elaborada pelo EDMO contempla os seguintes: Prevalência, Fontes; Audiências, Verificação de Factos; Desmonetização; Desinformação entre plataformas e Colaboração da indústria; Resiliência dos utilizadores e Amplificação algorítmica.

Foi dado elevado destaque à **grande complexidade inerente à conceção deste tipo de indicadores**. O processo por parte do EDMO envolveu a consulta de especialistas de diversas áreas do saber como: métodos computacionais, análises de dados de plataformas, análises de redes, estudos de audiências, avaliação de políticas e avaliação de eficácia de políticas. E incluiu também o enquadramento das políticas sobre desinformação.

Estabelecidos os indicadores, decidiu-se levar a efeito uma **aplicação prática independente**. Para o efeito foi contratada uma entidade – a TrustLab –, que ficou encarregue de levar a cabo a referida análise. A TrustLab realizou, assim, o [estudo piloto](#) intitulado “*Code of Practice on Disinformation - A Comparative Analysis of the Prevalence and Sources of Disinformation across Major Social Media Platforms in Poland, Slovakia, and Spain*” que incidiu sobre dois indicadores estruturais – prevalência de desinformação e fontes de desinformação em seis plataformas (*Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok e Twitter*¹⁰) em três países: Eslováquia, Espanha e Polónia¹¹.

Na apresentação do relatório, desde logo saiu destacada a sua importância por se tratar do primeiro exercício do género visando a **mensuração da desinformação**, que estabeleceu um ponto de partida para a implementação do Código de Conduta e abriu caminho à discussão e a avanços neste campo. No entanto, para o desenvolvimento da mensuração da desinformação será necessário mais tempo, mais investimento e também melhor acesso aos dados das plataformas.

As principais **métricas** analisadas tendo por base a **presença de desinformação nas redes** consideradas foram a possibilidade de descoberta, o envolvimento relativo por publicação, o envolvimento absoluto por publicação, o rácio de atores de desinformação, a atividade da sua conta e o envolvimento com outros utilizadores. As definições relativas a cada uma das métricas (bem como dos principais conceitos utilizados) estão disponíveis no relatório da TrustLab (págs. 12 e 13).

Quanto às **questões metodológicas**, a amostra do estudo foi selecionada com recurso a palavras-chave populares para pesquisa de desinformação, recorrendo à funcionalidade de pesquisa de cada plataforma. Através deste método, foram selecionadas para análise 4460 contas e 6155 publicações.

A TrustLab efetuou três rondas de mensuração para cada um dos países em estudo entre maio e julho de 2023. Em cada ronda, as mensurações foram efetuadas quase em simultâneo para cada um dos países para garantir coerência temporal.

De acordo com a TrustLab, a dificuldade de acesso a dados das plataformas foi um dos principais entraves do estudo e levou a opções metodológicas tomadas em virtude desses obstáculos.

A relevância da realização deste exercício residiu mais no facto de se tratar de uma tentativa de operacionalização dos indicadores, de conhecer as dificuldades do que os resultados obtidos. Neste sentido, o estudo apresenta um capítulo “Limitações e Implicações” (pp. 57-59), no qual os investigadores enumeram as dificuldades com que se depararam na sua concretização.

¹⁰ O *Twitter* mudou a sua designação no decurso do estudo, tendo os autores decidido manter a designação inicial, por uma questão de consistência.

¹¹ A seleção dos países obedeceu a critérios de diversidade de língua, dimensão do território, localização geográfica e população.

Ainda assim, as conclusões referem que se tratou do primeiro estudo empírico no âmbito do Código de Conduta, que implementou uma medição robusta em várias plataformas sobre a prevalência e das fontes de desinformação na Polónia, Espanha e Eslováquia. Tendo em conta as opções metodológicas que foram seguidas, o estudo alerta para o facto de ter sido detetada uma «percentagem considerável de informações enganadores/desinformativas e de intervenientes na desinformação, o que sugere que são necessárias medidas adicionais para reduzir a visibilidade da informação enganadora/desinformativa através da funcionalidade de pesquisa» (*idem*, pág. 60). O estudo indica ainda que pelo menos **parte do conteúdo enganador/desinformativo identificado gera níveis elevados de interação.**

No campo das recomendações, o estudo considera que métodos alternativos, como a recolha de dados com base em *feeds* e o acompanhamento das respostas de cada plataforma a conteúdos prejudiciais sinalizados pelos utilizadores, podem ser aplicados em trabalhos futuros e complementar os resultados obtidos.

Em paralelo com os *workshops*, o trabalho do SG3 incluiu duas reuniões relacionadas com o estabelecimento de um quadro robusto de monitorização para a aplicação do Código de Conduta.

Task force Permanente do Código de Conduta – Reunião de Stakeholders, 12 de maio de 2023

A Comissão Europeia promoveu a realização de um evento que juntou as diversas entidades que integram a *Task force* Permanente do Código de Conduta, tendo como objetivo partilhar informação interna sobre a atividade desenvolvida no seio de cada um dos subgrupos daquela *Task force*.

Algumas das entidades que participaram no evento tiveram oportunidade de salientar a necessidade de coordenação entre Código de Conduta¹² e Regulamento dos Serviços Digitais e de questionar as interações entre o Regulamento sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social, o Código de Conduta e o Regulamento dos Serviços Digitais.

Seguiu-se a **intervenção da empresa Kantar Public** para informar sobre o andamento dos trabalhos de conceção da **metodologia e ferramenta de monitorização** da aplicação do Código de Conduta com a colaboração dos reguladores nacionais que se voluntariaram para o efeito.

A ferramenta de monitorização do Código de Conduta que daí resultar deverá refletir toda a complexidade contida no Código e, ao mesmo tempo, ser suficientemente simples de utilizar para que essa monitorização seja feita ao nível dos Estados-membros, sem exigir qualificações teóricas e técnicas altamente especializadas.

As fases de desenvolvimento previstas eram, à data da reunião:

1. Desenvolvimento da metodologia de monitorização (até julho 2023);
2. Primeira ronda de teste à metodologia com os dos primeiros relatórios dos signatários (agosto 2023);
3. Início dos ajustes que se revelem necessários na metodologia de monitorização (outono de 2023);
4. Segunda ronda de testes da metodologia a partir dos relatórios dos signatários (fevereiro de 2024).

Note-se que os trabalhos vêm-se prolongando por 2024, sem que se conheça a data definitiva da sua conclusão.

A participação dos membros do SG3 do ERGA na *Task Force* Permanente foi apresentada aos restantes elementos do subgrupo numa reunião ocorrida em 22 de maio de 2023 que serviu para discutir a informação que haveria de ser apresentada no Plenário do ERGA de junho. A ERC acompanhou a reunião e o plenário. Note-se que a informação relativa às atividades concretas da *Task force* está sujeita a confidencialidade.

Ainda no âmbito do combate à desinformação, o SG3 do ERGA desenvolveu em 2023, a **Linha de Trabalho 3 – Competências e Recursos Analíticos dos Reguladores para combate à Desinformação**, tendo em vista diagnosticar o nível de

¹² O Código será convertido num Código de Conduta do Regulamento dos Serviços Digitais (artigo 45.º). Nessa altura, o Código de Conduta tornar-se-á num instrumento de correção para as VLOEPS. Neste momento, o Código permanece um instrumento de autorregulação e só quando este se tornar um instrumento de correção poderá haver sanções associadas, por exemplo, para casos como o do X, que abandonou o Código de Conduta.

desenvolvimento dos reguladores nacionais relativamente à área do combate à desinformação, designadamente pretendendo identificar lacunas de investimento e de recursos disponíveis nos vários reguladores.

Para o efeito, os membros do SG3 foram convidados a responder a um questionário atinente a **avaliar as reais capacidades e recursos para lidar com o fenómeno da desinformação** e, em particular, para participarem na monitorização do Código de Conduta. Os resultados obtidos dão origem a relatórios internos que visam compor um panorama realista sobre o estado da arte do combate à desinformação no seio dos vários reguladores nacionais, permitindo traçar linhas orientadoras para a capacitação neste campo. A ERC participou neste diagnóstico da capacidade instalada para o combate à desinformação.

Trata-se de uma avaliação que se pretende levar a cabo ao longo do tempo, pelo que os reguladores serão chamados periodicamente a efetuar atualizações sobre os seus recursos.

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 cariz 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.

Foi com base neste pressuposto que a Comissão Europeia **autonomizou esta questão no conjunto do combate à desinformação** e, 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](#)". O documento foi trabalhado ao longo de 2022, conforme descrito no [Relatório de Regulação](#) do ano transato.

Seguiu-se o ano de 2023 marcado pelas negociações tripartidas, após a aprovação do regulamento pelos legisladores Parlamento Europeu e Conselho.

No âmbito do SG3 do ERGA, a **Linha de Trabalho 2** – Regulamento sobre a Transparência e Direcionamento da Propaganda Política assumiu menor destaque no cômputo geral do trabalho do subgrupo. A atividade cingiu-se ao acolhimento da comunicação das posições oficiais do ERGA sobre o Regulamento e sobre o andamento das negociações tripartidas que culminaram em [acordo](#) em dezembro de 2023. Portanto, esta linha de trabalho não envolveu qualquer ação de relevo da parte da ERC ao longo do ano. O texto final do [regulamento](#) foi publicado a 13 de março de 2024.

As **posições adotadas pelo ERGA** sobre a matéria consistiram numa tomada de posição sobre a proposta de regulamento, publicada em março de 2023, e numa declaração sobre o curso das negociações tripartidas, adotada em junho de 2023, ambas assumidas pelo *board* do ERGA.

Na tomada de posição publicada em março – "[ERGA priorities for the trilogue negotiations](#)" – o grupo de reguladores enumerava as áreas que o grupo de reguladores considerava importante focar em sede de negociações tripartidas. Destacando o facto de o documento ter passado pelos legisladores Parlamento Europeu e Conselho, o ERGA salientou o facto de as recomendações¹³ por si efetuadas terem sido quase totalmente acolhidas por aqueles órgãos. No entanto, não deixou de sublinhar alguns aspetos que entendia deverem estar refletidos no documento final.

Em particular, o ERGA recomendava que os legisladores adotassem uma **abordagem mais abrangente na definição de publicidade política baseada em temas** e que desenvolvessem uma **abordagem conjunta relativamente a técnicas de**

13 Cf. Relatório de Regulação 2022, Volume I, pp. 83-109.

amplificação e direcionamento, bem como para questões de transparência, designadamente estabelecendo um conjunto de funcionalidades mínimas obrigatórias para os repositórios e obrigando a fornecer acesso à informação através de interfaces de programação de aplicações (API). Além destes assuntos, o ERGA abordou ainda a questão das autoridades competentes, regimes de sanções e a coerência entre este regulamento e o Regulamento dos Serviços Digitais.

O ERGA afirmou partilhar com os legisladores a ambição de **estabelecer condições de concorrência equitativas** para todos os prestadores de serviços de publicidade bem como reforçar, em linha com o Regulamento dos Serviços Digitais, as obrigações de transparência para os maiores fornecedores de serviços de publicidade.

Na declaração sobre o curso das negociações tripartidas publicada em junho – “[Statement on the ongoing trilogue negotiations on the Regulation on the transparency and targeting of political advertising](#)” – o ERGA chamou a atenção sobre a **situação particularmente difícil** relativa às questões relacionadas com as formas de etiquetagem e os repositórios de publicidade política. Apelava, assim, aos legisladores para continuarem a envidar esforços neste sentido e salientava a urgência de implementar medidas considerando as eleições europeias de 2024.

Em concreto, o ERGA apelou aos legisladores para que as **técnicas de etiquetagem** propostas no artigo 7.º do regulamento fossem mais orientadas para a **transparência dos anúncios políticos**, considerando ser essencial que a etiquetagem desses anúncios garantisse que as informações relevantes, como a declaração de que se trata de uma publicidade política e a identidade do patrocinador, pudessem estar facilmente acessíveis a cada destinatário do serviço, sem necessidade de interação adicional com o anúncio.

De acordo com o defendido pelo ERGA neste documento, seria fundamental que **todas as plataformas disponibilizassem as informações de transparência no repositório de anúncios**, com elevada qualidade. Esta obrigação deveria ser adaptada à dimensão das empresas em causa, contendo exceções para as pequenas empresas e *start-ups*.

O ERGA propôs **padrões comuns para três aspetos técnicos dos repositórios**: 1) Estruturação dos dados – os dados fornecidos pelas plataformas devem ser disponibilizados de forma estruturada facilmente acessível; 2) API – o acesso aos API nos repositórios deve ser complementada com documentação; 3) Autenticação – Considerando os requisitos de repositório previstos no artigo 7.º do Regulamento sobre Anúncios Políticos e no artigo 39.º do Regulamento dos Serviços Digitais, os repositórios fornecidos pelos VLOPSEs devem ser acessíveis ao público e, portanto, não exigir autenticação adicional. No caso de outras políticas de editores de publicidade (por exemplo, PME), a autenticação do acesso deve basear-se em critérios razoavelmente passíveis de serem cumpridos e em garantias de segurança.

O ERGA não deixou de salientar que a **transparência nas campanhas políticas** constitui uma pedra angular dos valores democráticos na União Europeia.

4.3 EMFA - EUROPEAN MEDIA FREEDOM ACT

Em 16 setembro de 2022, foi tornada pública a [Proposta](#) do Parlamento Europeu e do Conselho do designado Regulamento sobre a Liberdade dos Meios de Comunicação Social, tendo em vista estabelecer um quadro comum para os serviços de comunicação social no mercado interno da UE. Esta proposta é conhecida em inglês como “EMFA – *European Media Freedom Act*”. O [texto final](#) do Regulamento foi publicado, após a sua aprovação, em 11 de abril de 2024.

Tal como os demais instrumentos legislativos já abordados, o EMFA resultou de um processo que começou com a proposta do Parlamento Europeu e do Conselho, em 2022 e culminou em abril de 2024, com a adoção da versão final. Depois de ter participado nas tomadas de posição do ERGA sobre a proposta de regulamento e de considerar os princípios positivos que enformam o EMFA, a ERC foi destacando ao longo do tempo pontos da proposta de Regulamento que exigiriam 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 a matéria a pedido da Secretária-geral da Presidência do Conselho de Ministros.

Pelo lado positivo, a ERC salientou o reconhecimento 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.

A ERC defendeu que o Regulamento:

- **deve garantir a independência, a autonomia e segurança dos jornalistas;**
- deve prever regras destinadas a **prevenir a contaminação comercial dos conteúdos editoriais;**
- **garantir a independência do Comité** Europeu dos Serviços de Comunicação Social;
- estabelecer dois princípios fundamentais que é essencial acautelar de antemão para a criação do Comité:
a) o respeito pelas competências dos reguladores nacionais, sobretudo as constitucionalmente previstas, como é o caso de algumas das competências da ERC.; b) a garantia de que a entidade a criar – o Comité – é efetivamente independente;
- 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;
- eliminação de todas as referências ao «acordo da Comissão» para qualquer atividade do **Comité**, uma vez que, tal não sucedendo, perderia a desejável independência;
- **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.

Ao longo de 2023, o ERGA publicou três documentos relativamente ao EMFA, constando de três propostas de alteração a alguns dos artigos do texto inicialmente apresentado pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho, uma declaração sobre o progresso registado no trabalho dos colegisladores e, por fim, [recomendações](#) para as negociações tripartidas que antecedem a aprovação dos instrumentos legislativos. A ERC foi acompanhando o processo e reiterando as posições assumidas pelo grupo de regulares.

Na declaração “[ERGA welcomes the co-legislators’ progress and reiterates its priorities for a reinforced EMFA](#)”, os reguladores reunidos no ERGA salientam quatro pontos a refletir no regulamento, segundo o seu ponto de vista:

- é altamente relevante que o EMFA inclua uma disposição específica que dote os reguladores nacionais de **ferramentas** adicionais e mais adequadas para lidar com **serviços de comunicação social provenientes de fora da UE** considerados problemáticos;
- são dignos de satisfação o compromisso emergente e as soluções concretas para tornar as **plataformas mais responsáveis** no que diz respeito à forma como protegem a **liberdade e o pluralismo dos órgãos de comunicação social online**, reforçando também as garantias de que não saem beneficiados operadores não confiáveis que afirmam ser órgãos de comunicação social;
- é necessário criar **condições de concorrência verdadeiramente equitativas** na área da medição de **audiências** (artigo 23.º), reduzindo a assimetria de informação através da inclusão explícita de plataformas *online*, do acesso a dados agregados de medição de audiências e da introdução de auditorias independentes de metodologias que não cumprem os padrões de mercado;
- o impacto real do EMFA apenas será garantido se o Comité Europeu para os Serviços de Comunicação Social (*Board*) for devidamente constituído de **poderes e recursos** adequados, de uma **estrutura apropriada** e de uma **independência efetiva**, podendo agir por sua própria iniciativa e adotar as suas disposições processuais de forma autónoma.

As recomendações do ERGA na fase de negociações tripartidas, momento que antecede a aprovação do documento final, reunidas no documento “[ERGA recommendations for EMFA trilogues](#)”, passaram por salientar pontos positivos introduzidos no documento inicial e por sugerir algumas alterações.

Este documento sublinha os pontos que haviam já sido tratados nos documentos anteriores do ERGA sobre o Regulamento. Salienta-se a insistência no facto de os **Estados-membros terem o dever de dotar os reguladores nacionais dos meios necessários para prosseguirem de forma eficaz as atribuições do EMFA** e de a **cooperação entre reguladores ser crucial** para o sucesso do Regulamento. Reforço semelhante foi feito em relação à necessidade de se garantir a independência do futuro Comité Europeu para os Serviços de Comunicação Social (que sucederá ao ERGA) em relação à Comissão Europeia.

O ERGA não deixou ainda de enfatizar o entendimento partilhado sobre a **relevância de se estabelecer um tratamento especial para meios de comunicação social confiáveis**, a fim de garantir e reforçar o pluralismo dos órgãos de comunicação social também em **plataformas online de muito grande dimensão** (VLOPs). Reconhece, contudo, que o sistema para concretização deste objetivo é complexo e deve ser aperfeiçoado para impedir que atores com intenções diversas da comunicação social possam aceder a esse tratamento privilegiado.

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 sobre-regulação por meio da aplicação 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 2023, ao acompanhamento da aplicação das disposições da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual¹⁴ nos Estados-membros que havia iniciado nos anos precedentes.

Um dos documentos mais relevantes resultante do trabalho deste subgrupo consistiu num relatório sobre a panorâmica relativa aos **sistemas de verificação de idade online** em prática na UE. A implementação das medidas previstas na Diretiva SCSA tem revelado que este é um dos pontos mais desafiantes no que concerne à proteção dos menores relativamente a conteúdos passíveis de prejudicar o seu desenvolvimento, especialmente pornografia, sobretudo em relação ao acesso a conteúdos de PPV. O desafio que se tem colocado a legisladores e reguladores é o de contrabalançar um elevado nível de proteção da privacidade dos utilizadores, a eficiência do mecanismo encontrado e a sua aplicação generalizada por todos os atores implicados.

Tendo em conta estas preocupações, o ERGA lançou um questionário aos reguladores nacionais, tendo verificado diversas abordagens relativamente à implementação de sistemas de verificação de idade.

No que concerne às **medidas de proteção de menores relativamente a conteúdos inadequados**, existiam 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

¹⁴ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE.

das PPV, as mutações no setor dos *media* são de tal forma aceleradas que exigem um enorme esforço por parte dos reguladores para se manterem a par.

A Diretiva é vista como o primeiro passo e um passo crucial 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 estabelecer o 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 AVMS.

MAPEAMENTO DA REGULAÇÃO PELA ERC EM 2023



I. INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

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 2023, em matéria de regulação e supervisão:

ERC lança Portal dos Registos

No dia 1 de março de 2023, a ERC lançou, no endereço <https://portalregistos.erc.pt>, o Portal dos Registos para dinamizar e modernizar o acesso aos atos de registo dos órgãos de comunicação social e o modo de condução de ulteriores alterações.

O Portal dos Registos veio permitir a consulta dos elementos constantes no registo existente, bem como a submissão eletrónica dos dados e documentos necessários a novos processos de registo e respetivos averbamentos.

O acesso dos utilizadores ao Portal dos Registos efetua-se através de login e password ou autenticação por via de cartão de cidadão ou chave móvel digital do requerente de ato de registo da inscrição.

Com a entrada em funcionamento do Portal, os serviços da ERC deixaram de aceitar os atos de registos efetuados por correio eletrónico, uma vez que a via eletrónica passa a ser o Portal, mantendo-se ativa a possibilidade de atos realizados por via postal e presencial.

ERC revê critérios de apreciação dos pedidos de confidencialidade que lhe são submetidos ao abrigo do regime jurídico da transparência

No dia 3 de maio de 2023, a ERC colocou em consulta pública as linhas de orientação para a apreciação dos pedidos de confidencialidade que lhe são submetidos ao abrigo do regime jurídico da transparência. As Linhas de orientação foram aprovadas, em 2019, pelo Conselho Regulador e foram os critérios que, entre 2020 e 2023, orientaram a análise de 130 pedidos de confidencialidade.

A ERC disponibilizou posteriormente no seu sítio eletrónico o Relatório que reúne na íntegra os contributos rececionados nesta consulta pública, bem como as reflexões subsequentes conduzidas pela ERC.

No dia 30 de agosto de 2023, o Conselho Regulador procedeu formalmente à revisão das linhas de orientação com a adoção da [Deliberação ERC/2023/353 \(TRP-MEDIA\)](#) que publica a redação atualizada dos critérios que orientam a análise que o regulador doravante passou a conduzir aos pedidos de confidencialidade.

ERC faz propostas de alteração à Lei da Rádio e à Lei de Imprensa

A ERC remeteu à Assembleia da República, no dia 14 de julho de 2023, para apreciação e discussão com regime de urgência, uma proposta de Projeto de Lei de alteração à Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro,) e uma proposta de Projeto de Lei de alteração à Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Este envio ocorreu ao abrigo da competência consultiva prevista no artigo 25.º dos Estatutos da ERC que prevê que a Entidade, por sua iniciativa, pode sugerir ou propor medidas de natureza política ou legislativa nas matérias atinentes às suas atribuições.

As propostas de Projetos de Lei de alteração às citadas leis - [Deliberação ERC/2023/262 \(Parecer Leg\)](#) e [Deliberação ERC/2023/261 \(Parecer Leg\)](#) - foram aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC, a 12 de julho, e resultam da experiência de diversos anos de aplicação da ação regulatória, no quadro desse contexto legal.

Na sua pronúncia, o regulador identificou um conjunto de aspetos da Lei da Rádio que convém rever, quer porque levantam dúvidas de interpretação ou dificuldades de aplicação, quer porque entretanto se tornou necessário rever certos procedimentos com vista a permitir uma maior dinamização da atividade. E propõe alterações significativas, tanto ao nível das disposições gerais, como do regime de acesso à atividade, programação, regime sancionatório e até das disposições complementares, finais e transitórias.

Em matéria da Lei de Imprensa, a ERC recorda que a Lei remonta a 1999 e apenas abrange as publicações impressas. E que nenhuma das alterações pontuais a que foi sujeita esboçou a sua adaptação às profundas alterações no tecido económico e social produzidas pela revolução digital e pela internet, encontrando-se em consequência datada e há muito incapaz de responder aos desafios regulatórios emergentes.

A ERC propôs a esse nível alterações que correspondem a necessidades prementes de clarificação quanto ao âmbito de aplicação, quanto à diversidade de características dos órgãos de imprensa e quanto ao nível de regulação exigível relativamente aos diferentes tipos de publicações hoje existentes.

ERC dá início ao procedimento para revisão do Regulamento sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão

Por Deliberação do Conselho Regulador, de 23 de agosto de 2023, foi dado início ao procedimento conducente à revisão do [Regulamento n.º 36/2011](#), da ERC, sobre o acesso e ordenação dos guias eletrónicos de programas de rádio ou de televisão.

A revisão proposta decorre das alterações ao normativo aplicável à atividade, quer pela aprovação da Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, transposta para o ordenamento jurídico nacional pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, quer pela aprovação da Diretiva (UE) 2019/882 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de abril de 2019, transposta pelo Decreto-Lei n.º 82/2022, de 6 de dezembro.

A ERC esclareceu que a Lei da Televisão e o Decreto-Lei que estabelece os requisitos de acessibilidade de produtos e serviços impõem aos fornecedores de guias eletrónicos de programação um conjunto de novas exigências que se entende merecerem a sua inserção no âmbito do identificado Regulamento, não só para efeitos de atualização do mesmo mas visando a agregação num único diploma das obrigações aplicáveis a estes serviços.

ERC enuncia princípios aplicáveis ao direito de acesso de jornalistas a locais públicos

No seguimento de um pedido de informação sobre direito de acesso de jornalistas a espaços abertos ao público, submetido pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, o Conselho Regulador emitiu, no dia 9 de novembro, a [Deliberação ERC/2023/408 \(DJ\)](#), em que sintetiza o quadro normativo e os princípios gerais aplicáveis em matéria de exercício do direito de acesso que vêm norteando as pronúncias da Entidade.

Nesse documento, o regulador explica que o direito de acesso à informação integra o núcleo essencial da liberdade de imprensa e é um direito fundamental dos jornalistas. Assim, enquanto princípio geral, estes profissionais têm, no desempenho da sua atividade, e em razão desta, liberdade de acesso às fontes de informação necessárias à realização do direito à informação, na sua tríplice configuração: direito de informar, de se informar e de ser informado.

E nessa medida vedar-se a jornalistas o acesso a, ou a permanência em, locais públicos para efeitos de cobertura informativa, ou proibir-lhes a utilização nesses mesmos locais dos meios técnicos e humanos necessários ao desempenho da sua atividade, representam condutas juridicamente equiparáveis, pela negativa, a uma denegação do exercício do direito a informar e, em última instância, da própria liberdade de informação.

Na Deliberação ERC/2023/408 (DJ), a ERC clarifica que a extensão e o modo de exercício do conjunto de faculdades compreendidas no direito de acesso à informação não é absoluta, nem ilimitada. Na visão do regulador está enquadrado no respeito pelas normas jurídicas e deontológicas aplicáveis à atividade jornalística, por um lado, e, por outro, na adstrição a deveres de segredos, e no confronto com a defesa de outros direitos, *maxime* de personalidade, suscetíveis de gerar conflitos, reais ou aparentes, que legitimarão a compressão, em maior ou menor grau, do exercício daquele direito. A ERC sublinha também que, em matéria de conciliação de direitos fundamentais, sempre se impõe uma apreciação casuística dos interesses e direitos em presença, que caberá em primeira linha ao próprio jornalista.

ERC sensibiliza OCS para regras da cobertura informativa de guerras e conflitos armados

O Conselho Regulador da ERC emitiu, no dia 29 de novembro de 2023, um Comunicado em que recorda aos órgãos de comunicação social a necessidade de acompanharem escrupulosamente o conjunto de recomendações constantes da [Diretiva 2022/1](#) – para a cobertura informativa televisiva de guerras e conflitos armados, de 24 de agosto de 2022.

O Regulador disse reconhecer o relevante papel dos órgãos de comunicação social na tomada de conhecimento e na consciencialização de situações de guerras e conflitos, prosseguindo os direitos de informar e de ser informado, constitucionalmente garantidos no artigo 37.º, n.º 1 da Constituição da República Portuguesa.

O Regulador recordou nessa comunicação que, desde o início do conflito armado que opunha o Hamas e Israel, em 7 de outubro de 2023, a ERC tinha recebido várias participações de cidadãos a propósito da respetiva cobertura jornalística. E que as participações se detêm sobretudo sobre questões relacionadas com o rigor da informação veiculada, a ausência de diversidade e pluralismo de correntes de pensamento nos espaços de comentário, o recurso sistemático a imagens violentas para ilustrar o conflito, a identificação de vítimas e de pessoas em manifesto estado de vulnerabilidade psicológica, emocional e/ou física, o desrespeito pela dignidade da pessoa humana e o impacto potencialmente prejudicial de alguns conteúdos para os públicos mais jovens.

ERC expressa preocupação sobre situação do Grupo Global Media

No dia 29 de dezembro, a ERC emitiu um comunicado em que disse continuar a acompanhar com preocupação a situação do Grupo Global Media e as mais recentes notícias sobre a incerteza quanto às condições de trabalho dos seus profissionais.

O regulador declarou que a grave perturbação que atingia os órgãos de comunicação social que constituíam o grupo, entre os quais se encontram vários meios históricos e de referência, suscitava apreensões sérias ao nível da preservação do pluralismo no sistema mediático nacional e que a ERC estava a prosseguir todas as medidas que entende serem úteis e adequadas, no exercício estrito das suas competências de regulação e supervisão.

ERC eleita para Grupo de Alto Nível sobre o Regulamento Mercados Digitais

O Vogal do Conselho Regulador da ERC, Telmo Gonçalves, foi eleito um dos representantes do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais no Grupo de Alto Nível sobre o Regulamento Mercados Digitais, que visa prestar aconselhamento especializado à Comissão Europeia.

O Grupo de Alto Nível foi criado, em março de 2023, e é composto por 30 membros nomeados pelo Organismo de Reguladores Europeus das Comunicações Eletrónicas, pela Autoridade Europeia para a Proteção de Dados, pelo Comité Europeu para a Proteção de Dados, pela Rede Europeia da Concorrência, pela Rede de Cooperação no domínio da Defesa do Consumidor e pelo Grupo Europeu de Reguladores dos Serviços de *Media* Audiovisuais. O Grupo tem um mandato de dois anos e reunir-se-á, pelo menos, uma vez por ano.

A génese do Grupo de Alto Nível é prestar aconselhamento e conhecimentos especializados à Comissão Europeia para assegurar que o Regulamento Mercados Digitais e outros regulamentos setoriais aplicáveis aos controladores de acesso são aplicados de forma coerente e complementar. Adicionalmente, poderá também disponibilizar conhecimentos especializados em investigações de mercado sobre serviços e práticas emergentes, a fim de ajudar a garantir que o Regulamento Mercados Digitais está preparado para o futuro.

ERC prossegue ações de literacia mediática junto dos cidadãos

Em 2023, a ERC prosseguiu a sua ação como membro permanente do GILM - Grupo Informal sobre Literacia Mediática, estando envolvida na coorganização e participação na 11.ª edição da operação nacional dedicada à promoção da educação para os *media* “7 dias com os *Media*” e no VI [Congresso Literacia, Media e Cidadania](#), dedicado ao tema “Transição Digital e Políticas Públicas”.

Em matéria de literacia mediática, assinala-se também o facto de uma equipa do Departamento de Análise de *Media* da ERC ter dinamizado, nos dias 18 e 20 de janeiro e na semana de 13 de março, na Biblioteca de Marvila e na Biblioteca Municipal Palácio Galveias, em Lisboa, sessões formativas sobre “Desinformação e *Fake News*” e “Estereótipos, discurso de ódio e discriminação” com o objetivo de desenvolver o pensamento crítico e a capacidade de os formandos reagirem a mensagens sem veracidade e a posições extremadas.

Estas sessões enquadraram-se no âmbito da “Formação em literacia para os *media* para formadores e educadores”, promovida pelo projeto [Erasmus +, TeamUp! Media for adult education](#), com o apoio das Bibliotecas Municipais de Lisboa.

Refira-se que o curso alargado “Formação em literacia para os *media* para formadores e educadores”, liderado em Portugal pela organização não-governamental [4Change](#) e com a colaboração da ERC teve uma primeira edição, em janeiro de 2022 e dirigiu-se a formadores, professores, bibliotecários de organizações não-governamentais, membros de associações de pais e todos os educadores de adultos.

Ainda neste quadro, a ERC promoveu, no dia 16 de junho, o “Encontro Literacia mediática e inclusão”, em parceria com a [4Change](#), no decurso do qual foram apresentadas as versões portuguesas das quatro publicações do projeto “TeamUp! - *Media for Adult Education!*”: Kit de ferramentas de literacia mediática; Manual de boas práticas para formação em literacia mediática; *Curriculum TeamUp!* e Toolkit de ferramentas MIL *online*. A ERC esteve representada neste encontro pela Diretora do Departamento de Análise de *Media*, Tânia Soares, que explicou a importância da Literacia no contexto da atividade regulatória e enfatizou o trabalho continuado conduzido pela Entidade em matéria de Literacia Mediática, no contexto escolar. Abordou também a preocupação e empenho da instituição em dirigir a sua ação a públicos adultos, contribuindo para o desenvolvimento de competências, em literacia para os *media*, de educadores e formadores.

No contexto de promoção de ações de literacia mediática junto dos cidadãos, sobressai também o facto de a ERC ter conduzido nos dias 27, 28 e 29 de novembro, em Avis, Estremoz, Mora e Pavia, um conjunto de sessões de sensibilização dedicadas às temáticas da Desinformação *online*, Estereótipos e Discurso de Ódio nos *media*, dirigidas a menores em idade escolar, a adultos e a seniores, visando a sensibilização e promoção de conhecimento, competências e pensamento crítico na interação com/atraves dos *media*.

Com esta iniciativa a ERC visou descentralizar o contacto com os cidadãos e intervir numa das regiões do país mais afetada pelos «desertos noticiosos», conforme alerta o estudo “Desertos de Notícias Europa 2022 – Relatório de 2022”, que relaciona a ausência ou quase ausência do jornalismo com a sua possível ocupação «por outras realidades menos comprometidas com a procura pela verdade, pela ética e a deontologia» como é o caso da desinformação.

Os temas selecionados pela ERC para abordar nestas sessões decorreram da sua experiência e colaboração em projetos nacionais e internacionais que identificam a desinformação, nomeadamente através da promoção de estereótipos e discurso de ódio como os principais desafios enfrentados pelos cidadãos e cidadãs na sua relação com os *media*, sobretudo em ambientes digitais.

ERC mantém relações com entidades reguladoras nacionais e estrangeiras

Em 2023, a ERC continuou a estabelecer canais de comunicação e de troca de experiências, de boas práticas e de cooperação com reguladores nacionais e de outras regiões do globo.

No plano nacional, sobressai a participação da Entidade no 1.º Encontro das Entidades Reguladoras Portuguesas, num painel subordinado à questão “A independência das Entidades Reguladoras”. Os desafios e preocupações relacionados com a independência e autonomia financeira das entidades reguladoras, com especial enfoque no setor dos meios de comunicação social, e as implicações políticas em Portugal e na Europa, foram os aspetos centrais desta sessão. No Painel, a ERC assinalou a importância de se verificar uma verdadeira independência financeira das entidades reguladoras para o exercício de funções de forma efetiva, imparcial, e sem interferência política. E deu nota de algumas falhas no modelo de financiamento da Entidade, que comprometiam a aquisição dos meios humanos e técnicos adequados às matérias que tem atribuídas.

No mesmo ano, destaca-se também o encontro do Conselho Regulador, empossado a 7 de novembro, com representantes da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, para apresentação de cumprimentos, partilha de experiências e troca de impressões sobre matérias que inspiram maior preocupação no setor da comunicação social.

No plano internacional destaca-se a visita de uma delegação da ERC ao regulador britânico Ofcom para troca de experiências sobre as melhores práticas de acessibilidade dos serviços de programas televisivos e serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais. Este encontro surgiu no âmbito das relações de cooperação que a ERC tem com entidades reguladoras congêneres e ocorreu numa fase em que os operadores nacionais manifestavam dificuldades em

implementar o Plano Plurianual da ERC que prevê o aumento gradual das obrigações de acessibilidade, nomeadamente ao nível da legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva, da interpretação por meio de língua gestual portuguesa e da audiodescrição. Entre as matérias em análise esteve o modo como cada regulador determina que as emissões televisivas apresentem uma janela com a imagem do intérprete de língua gestual, com uma dimensão não inferior a 1/6 do ecrã, bem como que seja garantida a locução na língua nacional de extratos informativos falados numa língua estrangeira quando inseridos em serviços noticiosos.

A nível internacional, sobressai também a receção, na sede da Entidade, a uma comitiva do Conselho de Imprensa de Timor-Leste, para apresentação mútua e exploração de vias para prosseguir a cooperação entre as duas instituições.

O encontro resultou de um pedido formulado pela instituição timorense responsável pela regulação do setor da comunicação social ao Conselho Regulador da ERC e decorreu no quadro do protocolo de cooperação existente entre ambas as instituições.

A Comitiva do Conselho de Imprensa foi constituída por Otelio Ote, Presidente, Benevides Correia Barros e Amito Qonusere Araújo, Membros, e António Dias, Diretor Executivo.

Em termos de contactos internacionais, destaca-se também a participação da ERC num *workshop* do Grupo de Trabalho de Literacia Mediática do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais ([ERGA](#)), que decorreu em Bruxelas.

O [encontro](#) permitiu a partilha do trabalho que é conduzido pelas diferentes entidades reguladoras nacionais em matéria de literacia para os *media* e a interação com os representantes das plataformas *YouTube*, *Meta* e *TikTok*, que expuseram algumas das boas práticas que seguem no campo da literacia mediática e mostraram abertura e disponibilidade para colaborar com os reguladores dos diferentes Estados membros.

Em 2023, de referir também a participação da Entidade na [57.ª reunião](#) da Plataforma Europeia de Entidades Reguladoras (EPRA), para debater questões atuais relacionadas com a regulação dos meios de comunicação audiovisuais na Europa e na 22.ª Assembleia Plenária da Rede de Entidades Reguladoras do Mediterrâneo ([RIRM](#)), onde interveio num painel dedicado às plataformas de partilha de vídeos, em que deu nota da sua experiência de transposição da [Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual](#) para a lei nacional. A exposição do regulador português abordou também a exigência do acompanhamento/cooperação bilateral e multilateral da regulação das grandes plataformas, bem como a experiência concreta da regularização e supervisão de três plataformas de vídeos sob jurisdição portuguesa.

A nível internacional, sobressai também a presença da ERC, na reunião do Contact Network do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA), e na 20.ª reunião plenária deste Grupo de Reguladores na qual foram aprovadas as três propostas submetidas pelo Grupo de Ação 1, sobre procedimentos internos, que a ERC coordenou em 2023. Os documentos incluíam linhas de orientação sobre a circulação de documentos, linhas de orientação sobre representação em organismos externos e um relatório analítico sobre identidade visual e necessidades de comunicação. A equipa da ERC que coordenou o grupo de ação foi liderada pela Vogal do Conselho Regulador, Carla Martins e integrou os quadros técnicos Alexandra Figueiredo, Ângela Nobre, Joana Pizarro e Miguel Ferreira da Silva.

II. A ERC EM NÚMEROS

Em 2023, os serviços da Entidade Reguladora para a Comunicação Social registaram 8856 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 1234 processos.

No ano em análise, o Conselho Regulador da ERC reuniu por 45 ocasiões. Nessa sede, aprovou 467 deliberações¹ e 391 informações relativas a procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

Em baixo, sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2023:



467

Deliberações



391

Informações



45

Reuniões do Conselho Regulador



3

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

E ainda:



8856

Entradas



1234

Processos abertos



79

Recursos humanos



6900,30 €

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



249 999,39 €

de coimas cobradas



11

Publicações

- Relatório de Regulação 2022;
- Relatório de Atividades e Contas 2022;
- Relatório de avaliação da Observância do Princípio do Pluralismo Político na RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores, RTP Madeira, SIC, TVI, CMTV e Porto Canal em 2022;
- Estudo "Análise Económica e Financeira ao Setor de Media em Portugal no ano 2022";
- Relatório relativo à evolução das competências em Literacia Mediática em Portugal: setembro de 2020 - outubro de 2022;
- Estudo "A Sustentabilidade do Setor da Comunicação Social";
- Estudo "A Rádio Local na Sociedade Portuguesa";
- Relatório "Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2022";
- Relatório "Difusão de Música Portuguesa em 2022";
- Relatório "Acessibilidade dos serviços de programas televisivos em 2022";
- Relatório "Publicidade Institucional do Estado em 2022".

¹ Nesse ano, o Conselho Regulador da ERC aprovou 467 deliberações, sendo que 442 correspondem ao encerramento formal de processos apreciados e 25 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).

III. ESTUDOS DA ERC

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 2023, as temáticas e os principais dados obtidos:

Relatório “Acessibilidade dos Serviços de Programas Televisivos em 2022”

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 CNN Portugal) cumpriram, em 2022, as obrigações em matéria de acessibilidade dos programas por pessoas com necessidades especiais, previstas no Plano Plurianual da ERC, designadamente através de legendagem destinada a pessoas com deficiência auditiva e legendagem de programas em direto, de interpretação por meio de língua gestual portuguesa e de audiodescrição.

Por força do Plano Plurianual ter tido a sua aplicabilidade suspensa desde 1 de janeiro de 2022, 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 - RTP, SIC, TVI e Cofina -, o Plano só entrou em vigência após 24 de agosto de 2022, quando foi aprovada a Deliberação [ERC/2022/261 \(OUT-TV\)](#) que veio alterá-lo. Esta situação condicionou o período de verificação e fiscalização desta matéria por parte da ERC, cingindo-o, em 2022, apenas ao último trimestre.

Os dados apurados em matéria de legendagem trabalhada revelam que a RTP1 e a RTP2 cumpriram esta obrigação, mas que não atingiram as 15 horas de legendagem em direto previstas no Plano. Na RTP3, a ERC verificou que apenas foi usada a legendagem trabalhada numa das três semanas da amostra e que não foi emitida programação com legendagem em direto. Já na RTP Madeira e RTP Açores, não foi possível realizar qualquer apuramento devido à ausência de legendagem (trabalhada ou em direto) a acompanhar a programação, apesar de esta obrigação estar prevista no Plano em vigor.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional - SIC e a TVI -, regista-se o cumprimento da obrigação de legendagem de programas, tendo sido ultrapassado o mínimo de 20 horas exigido, nas semanas analisadas.

Quanto aos serviços de programas temáticos de informação - Porto Canal, CMTV, SIC Notícias e CNN Portugal - a ERC verifica que não foi acolhido o dever de emissão de duas horas semanais de programas com legendagem trabalhada, uma obrigação que não existia no anterior plano.

Quanto à interpretação por meio de língua gestual portuguesa, verifica-se o cumprimento na generalidade dos serviços abrangidos. A única exceção é a CMTV que não atingiu o mínimo de seis horas exigido.

Importa ainda referir que nos serviços de programas do operador público, a dimensão da janela de interpretação de língua gestual não se ajusta ao mínimo previsto no atual Plano, 1/15, o mesmo acontecendo no Porto Canal.

Por último, no que diz respeito à audiodescrição, que consiste na descrição áudio de cenas ou imagens de programas não perceptíveis pela pessoa com deficiência visual, a ERC apurou que os operadores cumpriram os objetivos anuais, com destaque para os serviços de programas RTP1 e TVI, que ultrapassaram largamente o mínimo exigido.

Relatório “Publicidade Institucional do Estado em 2022”

Este documento detalha os investimentos comunicados ao regulador em 2022 e a fiscalização da sua conformidade com as normas aplicáveis.

O relatório revela que, em 2022, 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 112 campanhas publicitárias, no montante global de 6 462 708,69 euros. Este valor representa um decréscimo de quase metade do montante distribuído a estas campanhas em 2021 (12 507 407,87 euros).

A verba destinada aos órgãos de comunicação social regionais e locais, em 2022, foi de 2 384 267,78 euros, o que corresponde a 36,9 % do total investido na aquisição de espaços publicitários. Em relação ao ano anterior, observa-se um aumento percentual de 37 % na atribuição aos meios regionais e locais, no entanto, o investimento global comunicado foi expressivamente inferior.

A ERC verificou que foram comunicadas 57 campanhas de Publicidade Institucional do Estado que envolveram investimentos superiores a 5 mil euros. Sendo que em cinco situações o valor destinado a meios regionais/locais foi inferior a 25 % do custo global da campanha, o que revela incumprimento do disposto na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#). Consequentemente, foi comunicado pela ERC ao Tribunal de Contas, nos termos do n.º 3, do artigo 10.º do referido diploma.

Em 2022, do total de 561 órgãos de comunicação social que receberam investimentos pela distribuição da Publicidade Institucional do Estado, 502 eram órgãos de âmbito regional/local.

A distribuição por tipo de meio revela que a Televisão continua a receber a maior parte do montante global, cerca de 2,5 milhões de euros repartidos por 15 serviços de programas, seguida pela Imprensa, com 1,87 milhões de euros para 277 títulos, dos quais 248 são regionais e locais e da Rádio com 1,32 milhões de euros para 210 meios, 205 destes regionais e locais. O Digital, à semelhança dos anos anteriores, continua a ser o formato que recebe menos investimento com cerca de 110 mil euros para 59 meios, 49 destes regionais e locais.

Por fim, a comparação entre 2021 e 2022 mostra que houve um aumento no número de campanhas comunicadas, mas também uma quebra nos investimentos em todos os meios de comunicação social. O meio que apresentou uma maior descida foi a Televisão, seguindo-se a Rádio, a Imprensa, os outros meios e o Digital. Nos órgãos regionais e locais, a Rádio foi o meio que apresentou uma maior quebra, seguindo-se o Digital e a Imprensa com perdas menos expressivas.

Relatório “Difusão de Música Portuguesa em 2022”

Este documento sintetiza a análise da ERC ao 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 2022, tendo concluído que a quase generalidade dos serviços cumpre ou supera os valores legalmente estabelecidos.

A 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 136 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).

Nos serviços de programas radiofónicos de serviço público, Antena 1 e Antena 3, observou-se o cumprimento das obrigações legais a que estão sujeitos.

Em matéria de difusão de música portuguesa, a Antena 1, apresentou uma percentagem sempre próxima ou acima de 70 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

A Antena 1 apresenta, ao longo do ano, percentagens acima do previsto legalmente, sendo a difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa superior a 90 % e uma média 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 para o primeiro canal de serviço público de radiodifusão sonora quase sempre superior a 40 %.

No caso da Antena 3, os valores apurados 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.

Os dados apurados nos serviços ativos de cobertura local (cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes) revelam percentagens bastante superiores aos 25 % de música portuguesa previstos em 2022, tendo-se situado acima dos 90 %. Da subquota de 60 % dedicada a temas em língua portuguesa compostos ou interpretados por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, observa-se que uma percentagem superior a 90 % das rádios locais continua a cumprir este requisito.

No serviço de programas de âmbito regional M80, a ERC apurou percentagens superiores à quota mínima de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 7 às 20 horas. No apuramento da subquota, o operador ultrapassa a percentagem mínima determinada, registando valores próximos ou superiores a 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Refira-se ainda que este serviço de programas, 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, se encontra isento do cumprimento da quota de 35 % de música recente.

Nos serviços de programas nacionais privados Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM verifica-se a ultrapassagem da 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, tal como no período das 7 às 20 horas, registando a Rádio Renascença mais uma vez, a percentagem mais elevada, 89,9 %.

Nesta análise foi também apurada a quota de música recente, assistindo-se, nos serviços RFM e Rádio Comercial, a valores elevados de difusão de música nova, ou seja, editada nos últimos 12 meses. Já a Rádio Renascença, à semelhança dos anos anteriores, revela alguma quebra nos valores de música recente, que se prende com os constrangimentos inerentes ao projeto editorial e público-alvo da estação.

Assinale-se que se encontram isentos do cumprimento integral das quotas de música 33 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.

Estudo “A Rádio Local na Sociedade Portuguesa”

Este documento corresponde à segunda parte da análise, que o regulador iniciou em 2022, ao setor da Rádio em Portugal, e que agora se propõe dar a conhecer a visão das organizações locais e da população relativamente às rádios locais e retratar a forma como o setor se apresenta como alternativa no panorama mediático nacional.

O Estudo foi conduzido pelo Departamento de Análise de *Media* da ERC e assenta em entrevistas a investigadores, inquérito às organizações da sociedade civil e autarquias, e inquérito aos ouvintes e não ouvintes de rádio local. Organizado em quatro capítulos, agrega o diagnóstico dos especialistas ao estado do setor e aspetos que consideram mais críticos; a relação das rádios com a comunidade em que se inserem, pela perspetiva dos atores locais; as perce-

ções, a satisfação e as expectativas dos públicos de rádios locais e as razões para o afastamento dos não-ouvintes e a caracterização das práticas de escuta (onde se ouve, os equipamentos utilizados, os períodos horários, entre outros).

Da auscultação dos diferentes grupos que participaram neste trabalho, verifica-se que persiste o entendimento de que a rádio local continua a ser relevante e que, quando efetivamente ofereça conteúdos de proximidade, desempenha um papel de interesse público nas localidades onde está presente. Esta conclusão convive com a perceção predominante de que a rádio local perdeu importância relativa perante outros meios de comunicação.

Perante os dados recolhidos, a ERC produz no Estudo um conjunto de Recomendações de foro legislativo, de políticas de apoio para o setor e de gestão do espectro radioelétrico, no sentido de reforçar o caráter de proximidade da rádio local. Em detalhe:

Na esfera legislativa:

Mitigar, em futuros processos de alteração legislativa, a desafetação das rádios locais às áreas geográficas para que foram licenciadas, permitida pelas revisões da Lei da Rádio ocorridas em 2001 e 2010 – designadamente através de normas facilitadoras de concentração, de associações e parcerias e de deslocalização da produção sem as correspondentes garantias de manutenção do vínculo às comunidades locais – por se ter verificado que o declínio de localismo na programação da rádio local, ocorrido nas últimas décadas, está relacionado com esta orientação;

Regular o financiamento autárquico das rádios, por se ter verificado que as câmaras municipais são tendencialmente o ator local com relação mais próxima à rádio local, que em muitos casos contribui já para o seu financiamento (através de compra de publicidade e outros tipos de apoio). Face a esta realidade, importará prever mecanismos de salvaguarda da transparência de financiamento das rádios locais. Por exemplo, como sugerido por especialistas, definir que o apoio financeiro das câmaras municipais às rádios seja sujeito a aprovação em assembleia municipal por maioria de dois terços;

Estudar a pertinência de uma reclassificação da tipologia, com vista a permitir diferenciar as rádios locais que mantêm um serviço de proximidade das restantes (por exemplo, rádios temáticas musicais com programação de caráter local muito reduzida ou inexistente), com correspondente regulamentação tanto ao nível da admissibilidade de tipologias distintas numa área geográfica relevante como de condições diferenciadas para o acesso à atividade e para o seu exercício, consoante a tipologia autorizada (ex.: especificidade relativa a obrigações, apoios públicos, financiamento autárquico);

Também em matéria de classificação, estudar a eventual criação do estatuto de rádio comunitária.

Na esfera executiva:

Desenvolver uma estratégia de valorização dos recursos humanos, nas vertentes de desenvolvimento de competências e de melhoria de condições de empregabilidade;

Adotar medidas com vista ao reforço da presença das rádios locais no ambiente digital, tanto na vertente de digitalização de arquivos sonoros, com um fim de preservação de património, quanto na vertente da oferta não-linear de conteúdos, com um fim de diversificação de formas de consumo;

Criar incentivos a parcerias entre as rádios locais e organizações sem fins lucrativos de âmbito local, em particular escolas de todos os graus de ensino. Estes incentivos, inscritos na prioridade atualmente conferida à literacia mediática, devem visar o estímulo à proximidade e à inovação em matéria de conteúdos.

Na esfera tecnológica:

Propor à ANACOM a avaliação da possibilidade de requalificação e reordenamento do espectro hertziano terrestre destinado à radiodifusão sonora, não só atualizando as perspetivas de evolução para a difusão digital hertziana como estudando os cenários de uma eventual disponibilização de microfrequências para a criação de rádios comunitárias.

Estudo “A Sustentabilidade do Setor da Comunicação Social”

Neste documento, o regulador procede a uma reflexão sobre os fatores mais determinantes na reconfiguração deste setor em Portugal nos últimos anos e recenseia tendências e oportunidades futuras.

O estudo foi elaborado pela Unidade de Transparência dos *Media* da ERC e, além de análise documental e de pesquisa em bases de dados, suporta-se em entrevistas com personalidades das áreas dos *media*, das comunicações e das tecnologias digitais.

Uma das primeiras conclusões é que a estratégia de negócio do setor da comunicação social tem assentado na contenção de custos e não na expansão do mercado, a base da sustentabilidade futura. Parte-se do entendimento que a sustentabilidade dos *media* é a capacidade de existir no longo prazo e de fornecer conteúdos em gama e escala, o que implica, simultaneamente, ter sustentabilidade de receitas e capacidade de resistir a pressões políticas e comerciais, mantendo a independência.

Verifica-se também que a cobertura noticiosa regional é escassa e, nesta vertente, constata-se alguma dificuldade na captação a atenção dos públicos mais jovens. Esta dificuldade é mais notória nos segmentos com maior número de concorrentes, onde as empresas enfrentam mais obstáculos à adaptação ao digital e continuam a funcionar em estruturas tradicionais.

Na leitura da ERC, a pequena dimensão do mercado geográfico português face à oferta plural e concorrencial de conteúdos por entidades nacionais e internacionais, profissionais ou amadoras, cria a necessidade de repensar as limitações geográficas da oferta de *media* e ponderar se as ideias históricas acerca de mercado de produto e mercado geográfico ainda fazem sentido no contexto atual.

A ERC antecipa que o alargamento do mercado geográfico e a fusão de formatos no digital podem abrir caminho para projetos novos e inovadores, que venham colmatar as assimetrias existentes, incluindo as regionais. Identificam-se oportunidades para a oferta de conteúdos diferenciados, credíveis e direcionados, no sentido de desenvolver novas formas de monetização de conteúdos e de diversificar as fontes de receitas das empresas de comunicação social, sem perder o foco na eficiência e atualização tecnológica.

Segundo o regulador, o alargamento do mercado geográfico pode também gerar oportunidades de consolidação que tradicionalmente não são consideradas, como parcerias no mercado doméstico ou consolidação transfronteiriça.

A ERC reconhece que são grandes as incertezas que pairam sobre o setor, especialmente quanto às fontes de receitas futuras: mercado publicitário, assinaturas de conteúdos e outras. Estas encontram-se agravadas pelo enquadramento de pirataria e pelas divergências fiscais e regulatórias entre países dentro da União Europeia.

No plano das políticas públicas, o papel do Estado poderá ir além do de financiador, posicionando-se como promotor de um setor mais livre e móvel, por via, por exemplo, da atualização da legislação e de procedimentos.

A ERC relembra que, em Portugal, o sistema de incentivos é centrado em órgãos de comunicação social locais e regionais, o que pode ser limitador. Assim, considera que a alocação de apoios deve tomar em consideração, além da dimensão dos órgãos, critérios de estímulo ao reforço da qualidade e quantidade do reporte jornalístico, não só local e regional, como também nacional, bem como a promoção do pluralismo e da educação para os *media*.

Relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática

Este Relatório apresenta-se como um trabalho exploratório que procura fazer um primeiro retrato de parte da diversidade de intervenções existentes em Portugal que visam promover/desenvolver competências de Literacia Mediática (associando-as aos agentes que as promovem).

Este documento considera como período de referência setembro de 2020 - outubro de 2022 e dá cumprimento ao artigo 93.º-A da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) que determina que a ERC, a cada triénio, produza

um Relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática em Portugal e o entregue ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social, para que este diligencie o seu envio à Comissão Europeia.

Este documento foi produzido em [língua portuguesa](#) e em [língua inglesa](#) e foi enviado, a 7 de junho, ao Ministro da Cultura e Secretária de Estado da Cultura, para remissão aos serviços competentes da Comissão Europeia.

Relatório “Produção Audiovisual nos Serviços de Programas Televisivos em 2022”

Este documento caracteriza 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.

A análise desenvolvida pela ERC, tendo por base a informação trimestral prestada pelos operadores, sob jurisdição nacional, no [Portal de Televisão](#), verifica uma tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa próxima da registada em 2021. Sobressai nesta avaliação o facto de, entre os serviços de programas generalistas de acesso condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC e TVI -, e de acesso não condicionado com assinatura - Porto Canal e CMTV -, somente o serviço de programas RTP2 não cumprir a generalidade de obrigações em matéria de defesa de língua portuguesa ao continuar a não atingir a quota de 20 % relativa à difusão de obras criativas originariamente em língua portuguesa. De assinalar também o facto de o serviço de programas Localvisão não ter cumprido o dever de prestar a informação necessária ao regulador para o exercício da fiscalização, tendo sido proposta a instauração de um processo contraordenacional.

A ERC observou que as descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas temáticos de entretenimento do operador SIC: SIC Mulher e SIC Caras e nos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS, com exceção do serviço TVCine Top. 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.

No que respeita à emissão de obras de produção europeia, 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 de programas temáticos. Destaca-se ainda, 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.

Numa análise aos últimos cinco anos, a ERC conclui que a incorporação de produção europeia e independente recente nos serviços de programas lineares tem sofrido algumas inflexões negativas, verificando-se uma tendência de descida de percentagem na produção independente nos últimos dois anos.

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, verificou-se um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia, não obstante apenas o OPTO e o Panda+ terem atingido os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

A ERC considera que o mercado audiovisual português em 2022 sofreu alguma estagnação, tendo sido autorizados apenas dois novos serviços de programas televisivos que contribuem para a predominância dos serviços temáticos em Portugal. A inclusão de novas realidades na Lei da Televisão, como os serviços audiovisuais a pedido e as plataformas de partilha de vídeo, permitiu, na leitura do regulador, um acompanhamento e escrutínio mais detalhado de alguns destes operadores, que se encontram sob jurisdição portuguesa, tendo sido registados, até ao final de 2022, 20 serviços audiovisuais a pedido e duas plataformas de partilha de vídeos.

Estudo “Análise Económica e Financeira ao Setor dos *Media* em Portugal no ano 2021”

Este documento procede à análise económica e financeira sobre o setor da comunicação social português, relativo ao exercício de 2022, e toma por base os dados reportados pelos regulados, no âmbito da [Lei n.º 78/2015, de 29 de julho](#), e informação financeira detalhada recolhida pelo regulador junto de um universo representativo das empresas reguladas.

Entre as principais conclusões sobressai o facto de 2022 se revelar um período 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 foram marcadamente influentes no setor de *media*.

A análise conduzida pela ERC revela que a publicidade continuou a ser a maior fonte de receitas das empresas de *media* e manteve uma importância muito semelhante à registada em anos anteriores. Mas observa-se que 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.

Constata-se ainda que os novos serviços de *streaming* surgem cada vez mais como uma ameaça ao *status quo*, tanto dos operadores de televisão como dos fornecedores de serviço de televisão por subscrição (STVS). Em 2022 verifica-se que o número de portugueses que subscrevem ou utilizam serviços de *streaming* para aceder a conteúdos televisivos continuou a aumentar e que existem quase três milhões e meio de portugueses a ouvir rádio através da internet, o valor mais elevado desde que o indicador é observado.

No ano 2022, observa-se que os meios de comunicação social procuram desenvolver outras linhas de negócio menos relacionadas com o seu *core business*, como serviços multimédia, eventos e *marketing* e que estas têm um contributo marginal para as receitas de exploração dos grandes grupos económicos, mas representam importantes alternativas à publicidade em empresas de menor dimensão.

A ERC observa também que existe uma concentração geográfica da atividade de comunicação social em Lisboa e Porto, seguidas de Évora, Região Autónoma da Madeira, Braga e Leiria.

Segundo a informação constante da Plataforma da Transparência dos *Media*, somente 61 % das entidades que detêm órgãos de comunicação social apresenta de facto como atividade principal a comunicação social. Os ativos totais destas empresas ascenderam a 1027 milhões e 532 mil euros, e os rendimentos totais da atividade a 1003 milhões e 993 mil euros. Cerca de 61 % das empresas obtiveram resultados líquidos positivos e 68 % resultados operacionais ou EBITDA positivos, proporções ligeiramente inferiores a 2021.

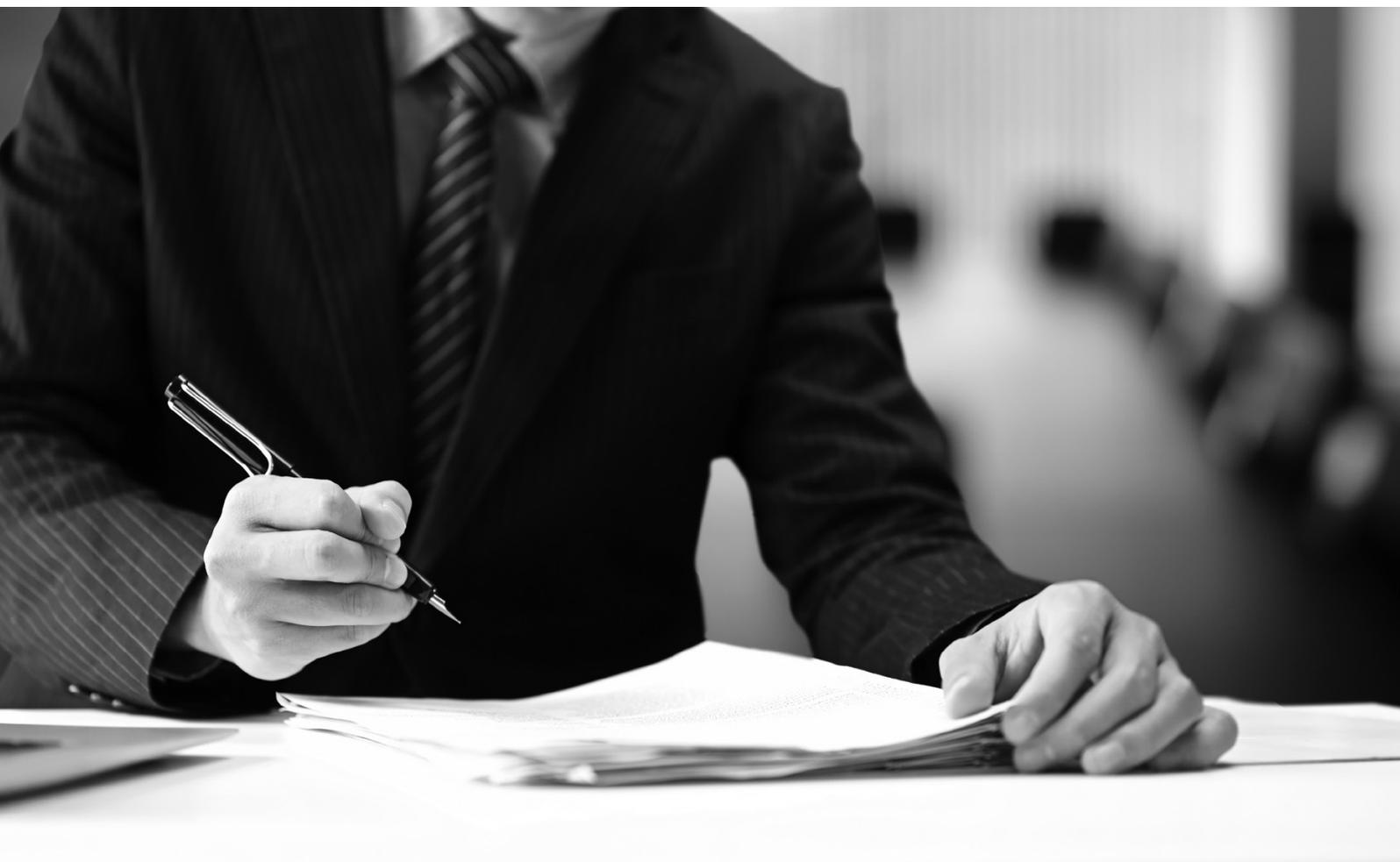
Relatório de avaliação da observância do princípio do pluralismo político

Este documento apresenta os resultados da avaliação da observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3 –, e dos operadores privados – SIC, TVI, CMTV e Porto Canal –, na informação diária e não-diária emitida durante 2022.

O Relatório visa observar a equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político e foi adotado pelo Conselho Regulador da ERC, em dezembro de 2023.

Esta avaliação inscreve-se nos objetivos e atribuições da ERC de «[p]romover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (...)» e garantir «a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social» (artigos 7.º, alínea a) e 8.º, alínea e) dos Estatutos da ERC). A análise sobre o pluralismo político cobre o universo da informação diária nos espaços informativos de horário nobre e os programas autónomos de informação não-diária (debate, entrevista e comentário).

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR



1. VISÃO GLOBAL

Em 2023, o Conselho Regulador da ERC aprovou um total de 467 deliberações: 442 corresponderam ao encerramento formal de processos e 25 a projetos de deliberação, refletindo uma etapa intermédia do procedimento¹.

A análise aos descritores associados a cada uma das 442 deliberações finais da ERC permite identificar que a temática mais abordada é a dos conteúdos jornalísticos e rigor informativo (155 deliberações). As seguintes 7 temáticas mais expressivas são Direito de Resposta (59), Transparência dos *Media* (39), Direitos de personalidade (37), Direitos fundamentais (27), Isenção informativa (25), Discriminação étnica (22) e Proteção de menores (22).

¹ Estão em causa situações como a notificação dos envolvidos para audiência de interessados ou para uma pronúncia sobre o sentido provável da decisão do regulador. As deliberações da ERC que correspondem a momentos intercalares antes da decisão final não são alvo de publicação no sítio eletrónico da ERC.

As queixas e participações que visam o meio Televisão representam 26,02 % (115 deliberações) e são sobretudo motivadas por questões de conteúdos jornalísticos e programáticos – como faltas de rigor informativo e matérias respeitantes aos limites à liberdade de programação em *reality shows*, *talk shows* e programas humorísticos. Os 3 programas de televisão mais visados nas deliberações são o “Jornal da Noite”, da SIC, o “Casa Feliz”, da SIC, e o “Dois às 10”, da TVI.

Segue-se a Internet, com 93 deliberações (21,04 %), a imprensa, com 82 deliberações (18,55 %) e a Rádio com o registo de 62 deliberações (14,03 %). As queixas e participações que incidem sobre situações que envolvem OCS diferentes ou que se apresentam em formatos distintos representaram um peso de 10,08 %, com 45 deliberações.

As decisões que respeitam a entidades credenciadas para realização de sondagens surgem com um peso de 1,13 % num total de 5 deliberações e verifica-se a existência de uma única deliberação relacionada com uma agência de notícias (0,23 %).

Em 2023, verifica-se a aprovação de 10 deliberações sobre a cobertura noticiosa de acontecimentos relativos à “Guerra na Ucrânia”, surgindo como característica mais denunciada a falta de rigor informativo. Não se registaram deliberações relativas ao conflito Israel/Hamas.

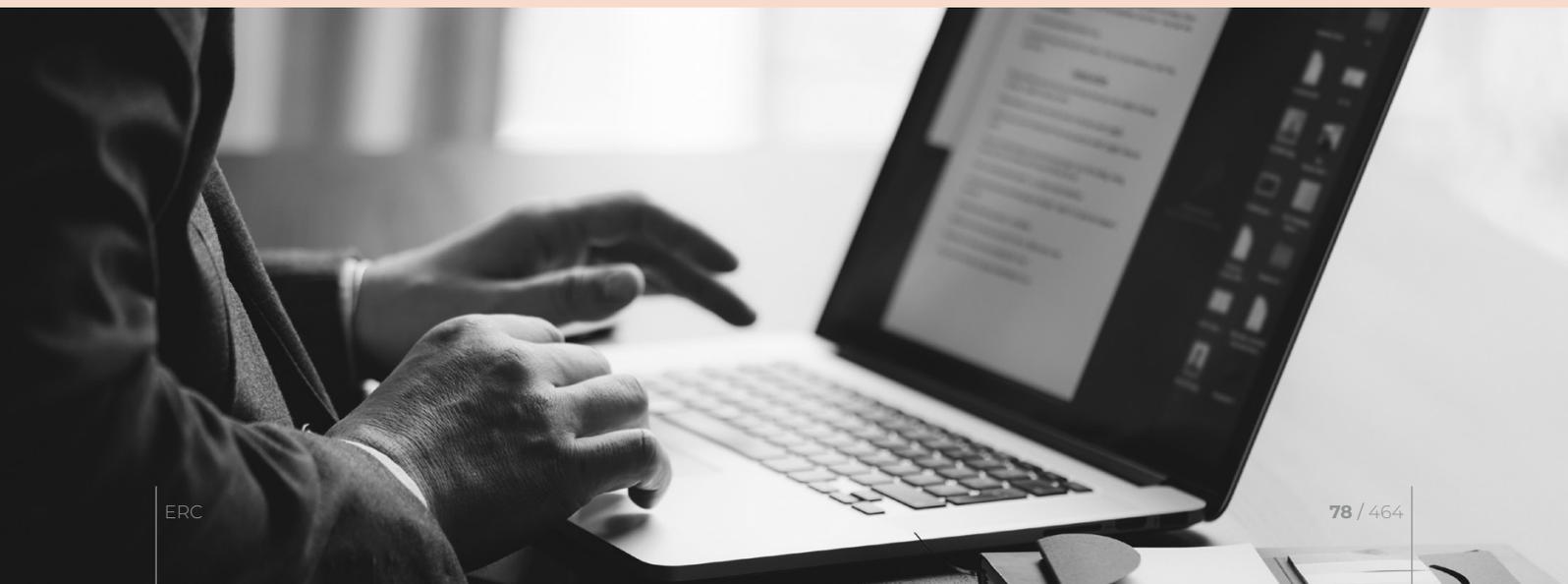
No ano 2023, a ERC analisou também participações e queixas reencaminhadas por outras instituições, por versarem matérias da competência desta Entidade. As instituições que as encaminharam foram a Comissão para a Igualdade e Contra a Discriminação Racial (5); a Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG) (2) e o Alto Comissariado para as Migrações (ACM) (1).

Em 2023, o Conselho Regulador pronunciou-se, em 5 Pareceres, sobre iniciativas legislativas na sua esfera de atribuições, que lhe foram submetidas pela Secretária-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, pela Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, pela Comissão Parlamentar de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias e pelo Governo. Por sua iniciativa remeteu também duas propostas à Assembleia da República: Projeto de Lei de alteração à Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro); e Projeto de Lei de alteração à Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro).

Em 2023, registam-se 35 deliberações em que o Conselho Regulador da ERC decidiu a abertura de processos contraordenacionais a proprietários de órgãos de comunicação social. Nesse ano, o Conselho deu também por concluídas 32 decisões de processos contraordenacionais anteriores, tendo como desfecho a aplicação de 23 coimas, sendo a mais elevada no valor de 350 000 euros.

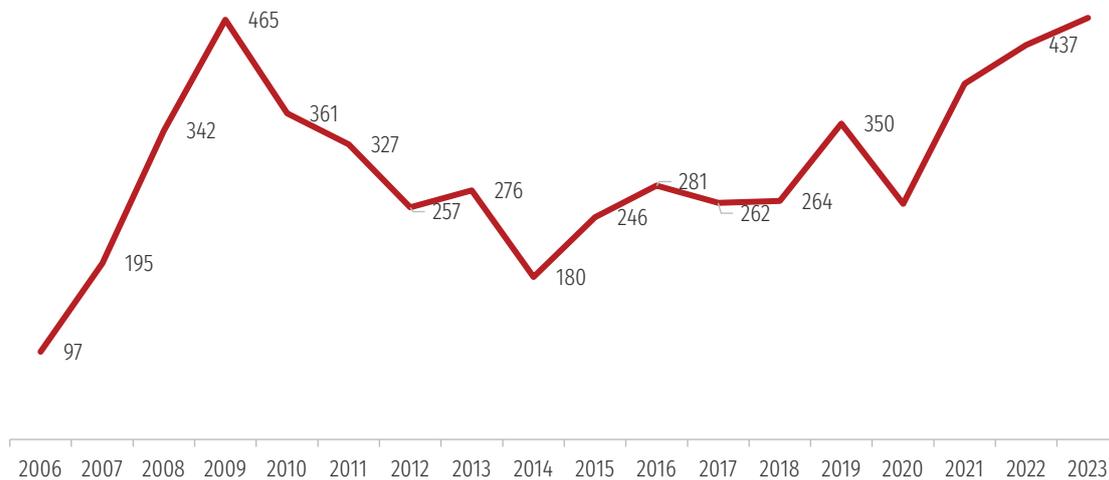
Em 2023, o Conselho Regulador aprovou também 391 informações elaboradas pelos serviços da ERC, no seguimento de procedimentos oficiosos de análise e fiscalização.

De 2006 a 2023, a ERC aprovou um total de 5462 deliberações.



2. A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

FIG. 1 - EVOLUÇÃO DAS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR (2006 A 2023)



Fonte: Repositório Institucional da ERC

Nota: do total de deliberações contabilizadas em 2023, 442 são finais e 25 correspondem a projetos de deliberação.

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 dando lugar, nestes dois últimos casos, a publicitação.

As deliberações adotadas pela ERC resultam da apreciação de participações e queixas 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.

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, Pareceres, Pluralismo, Publicidade, Registo dos Órgãos de Comunicação Social, Sondagens, Transparência dos *Media* e Outros.

A cada categoria temática podem corresponder vários temas. O caso concreto dos Conteúdos jornalísticos e rigor informativo engloba o rigor informativo, os direitos de personalidade, os direitos fundamentais, a isenção informativa, a proteção de menores, a discriminação étnica e o direito ao contraditório.

Em 2023, a ERC pronunciou-se através de 467 deliberações, correspondendo 442 ao encerramento formal de processos apreciados.

FIG. 2 - DISTRIBUIÇÃO DAS DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELO CONSELHO REGULADOR EM 2023

Categorias	Total
Autorizações	28
Conteúdos jornalísticos e rigor informativo	155
Conteúdos programáticos	27
Direito de Resposta e de Retificação	59
Direito dos Jornalistas	12
Licenças	19
Obrigações de Programação	7
Pluralismo	2
Pedidos de Parecer	21
Pareceres Legislativos	6
Registo dos órgãos de comunicação social	19
Publicidade	10
Sondagens	10
Transparência dos Media	39
Outros*	28
Total	442

* Na categoria "Outros" estão incluídas, nomeadamente, as deliberações referentes a operações de concentração, extratos informativos, auditorias à RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Destas, 62 deliberações foram adotadas desde 7 de novembro de 2023, quando tomou posse o atual Conselho Regulador. Considerando as decisões tomadas nestas deliberações, verifica-se a prevalência do licenciamento, concedido na sequência do pedido de renovação de licença para o exercício da atividade radiofónica solicitado por diversos operadores de rádio, ao abrigo do disposto no artigo 27.º da Lei da Rádio. Desde a sua criação, em 2006, a ERC adotou um total de 5462 deliberações.

As queixas e participações que visam a Televisão representam 26,02 % (115 deliberações) das adotadas em 2023 e são sobretudo motivadas por questões de conteúdos jornalísticos e programáticos.

Na representação gráfica por suporte do meio de comunicação visado nas deliberações aprovadas pela ERC segue-se a Internet, com 93 deliberações (21,04 %), a imprensa, com 82 deliberações (18,55 %), e a Rádio, com o registo de 62 deliberações (14,03 %).

As deliberações sobre Imprensa abrangem as versões em papel de jornais e revistas e relacionam-se sobretudo com falta de rigor informativo e rejeição do sensacionalismo, a par da violação do direito ao bom-nome e reputação. As deliberações resultantes de conteúdos emitidos pela Internet acompanham essa tendência.

As queixas e participações que incidem sobre situações que envolvem OCS diferentes ou que se apresentam em formatos distintos representaram um peso de 10,1 %, com 45 deliberações. As decisões que respeitam a entidades credenciadas para realização de sondagens surgem com um peso de 1,13 % num total de 5 deliberações e verifica-se a existência de uma única deliberação relacionada com uma agência de notícias (0,23 %).

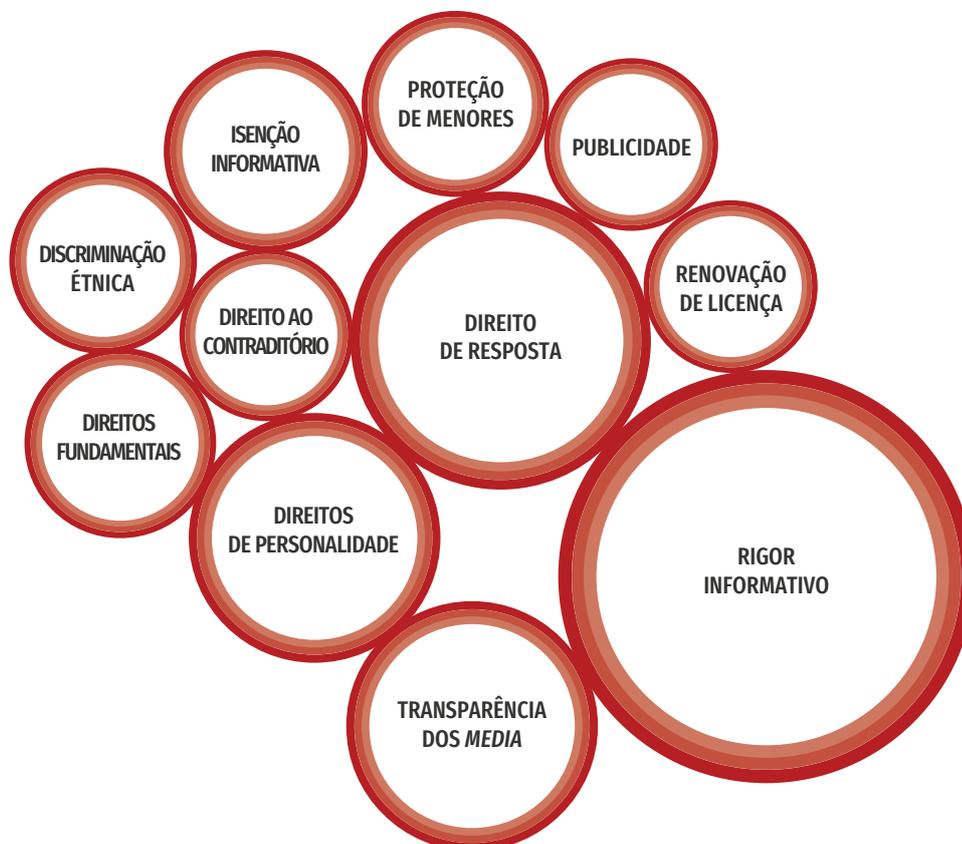


2.1 DISTRIBUIÇÃO DA ATIVIDADE DELIBERATIVA POR TEMA

A análise aos descritores que surgem associados, no Repositório Institucional da ERC, a cada uma das 442 deliberações finais de 2023 permite identificar que a temática mais abordada é a do rigor informativo, presente em 106 deliberações, 23,98 % do total. O direito de resposta surge em seguida em 59 deliberações e a transparência dos *media* em 39 deliberações. Estas três temáticas, juntas, representam 46,15 % das deliberações finais aprovadas pela ERC em 2023.

De salientar que os direitos fundamentais, os direitos de personalidade, a isenção informativa, a proteção de menores e a discriminação étnica foram também das temáticas mais abordadas, tal como se pode verificar na figura 3.

FIG. 3 - TEMÁTICAS MAIS EXPRESSIVAS NAS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023



Fonte: Repositório Institucional da ERC

Em 2023, a ERC continuou a receber participações sobre a cobertura noticiosa de acontecimentos relacionados com a “Guerra na Ucrânia”, surgindo como característica mais denunciada a falta de rigor informativo.

As demais deliberações sobre este conflito decorrem de presumidas falhas de isenção e de discurso de ódio percebido pelos telespectadores. No total, verificou-se a aprovação de 10 deliberações (Figura 4).

FIG. 4 - DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023 COM REFERÊNCIA À GUERRA DA UCRÂNIA

N.º da deliberação	Assunto
ERC/2023/6 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 21 de setembro de 2022 do noticiário “CNN Hoje” transmitido pela CNN Portugal
ERC/2023/21 (CONTJOR-TV)	Participação contra a SIC Notícias, relativa à transmissão, no dia 28 de fevereiro de 2022, de uma notícia intitulada “Invasão da Ucrânia: fachada de edifício do PCP em Beja vandalizada” e correspondente publicação na sua página de Twitter, com o título “PCP defendeu a posição de Putin”
ERC/2023/47 (CONTJOR-NET)	Participação contra a publicação online SAPO 24, a propósito da notícia “MNE repudia ‘tom e conteúdo’ da embaixada russa sobre concerto de Pedro Abrunhosa”
ERC/2023/107 (CONTJOR-TV)	Participação contra a SIC Notícias relativa à edição de dia 31 de março de 2022 do programa “Edição do Meio-Dia” – entrevista ao Presidente da Câmara de Dnipro
ERC/2023/213 (CONTJOR-TV)	Participação relativa a notícias emitidas na SIC Notícias, a 13 de abril de 2023, referentes a um militar norte-americano que teria revelado documentos secretos, por alegadamente conterem informação de teor racista e xenófobo
ERC/2023/258 (CONTJOR-NET)	Participação contra a edição eletrónica de 16 de fevereiro de 2023 da revista Visão, a propósito da peça jornalística intitulada “Vídeo mostra (proibida) bomba termobárica a ser destruída pelo exército ucraniano”
ERC/2023/313 (CONTJOR-TV)	Participações contra a CNN Portugal por incumprimento do dever de rigor informativo e sensacionalismo na cobertura dos acontecimentos de Bucha, no decurso da guerra na Ucrânia
ERC/2023/330 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 7 de junho de 2023 do noticiário “CNN Meia-Noite” transmitido pela CNN Portugal
ERC/2023/371 (CONTJOR-TV)	Participação sobre o programa “Jornal de Domingo”, edição transmitida pela SIC Notícias, em 29 de maio de 2023
ERC/2023/466 (CONTJOR-TV)	Participação contra a edição de 6 de setembro de 2023 do noticiário “Primeiro Jornal” transmitido pela SIC

Fonte: Repositório Institucional da ERC

As deliberações aprovadas em matéria de Conteúdos Programáticos (27) assumiram também relevância em 2023 e incidiram predominantemente sobre situações verificadas em programas televisivos, designadamente *reality shows*, *talk shows* e programas humorísticos.

Conforme se pode constatar na figura 6, os programas mais visados na categoria Conteúdos programáticos são *talk shows*, da macrocategoria entretenimento (“Dois às 10”, da TVI, “Casa Feliz” e “Júlia”, da SIC), sendo que 6 deliberações incidem sobre a rubrica “Análise Criminal”, do programa “Casa Feliz”, e 1 deliberação sobre o segmento “Atualidade”, do “Dois às 10”. As participações apresentadas sobre estes programas respeitam maioritariamente à divulgação de imagens violentas e à discriminação, remetendo para uma apreciação em conformidade com o disposto nos n.ºs 3 e 4 artigo 27.º e as alíneas a), b) e e) do artigo 9.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril, n.º 40/2014, de 9 de julho, n.º 78/2015, de 29 de julho, e n.º 74/2020, de 19 de novembro).

Os programas humorísticos são também dos mais visados nesta categoria (com 6 deliberações), destacando-se o “Patrões Fora” (SIC) com 2 deliberações. Todos os outros programas de humor foram visados apenas numa deliberação cada – “Falta de Chá” (SIC Radical), “Portugal à Gargalhada” (SIC), “Spam Cartoon” (RTP1) e “Portugalex” (Antena 1). Na exposição remetida à ERC, os participantes alegaram a violação dos limites à liberdade de programação, dispostos no artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, em especial os relacionados com a discriminação étnica.

Os programas de *reality show* surgem visados em 5 deliberações, evidenciando-se as emissões “A Experiência” (SIC) e “Big Brother 2020” com 2 deliberações. O programa “Big Brother – Desafio Final” surge visado numa deliberação. Nestas deliberações são denunciadas a emissão de conteúdos violentos, relacionados com agressividade verbal e psicológica, a transmissão de conteúdos alegadamente discriminatórios com base no sexo e na orientação sexual e o horário de emissão do programa.

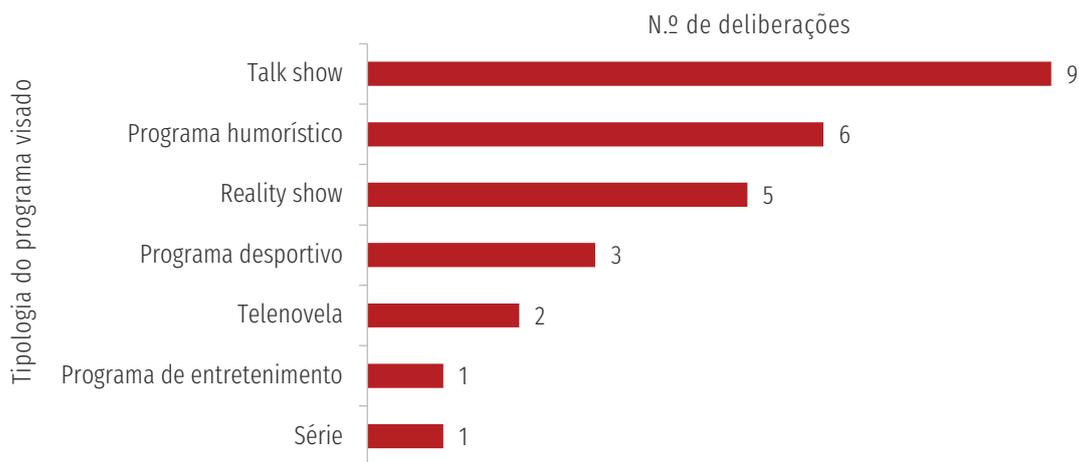
Na sequência dos programas visados por questões de conteúdos programáticos, surgem os de índole desportiva devido a questões de discriminação e à emissão de comentários de incitamento ao ódio e à violência. Os participantes/queixosos consideraram na exposição enviada à ERC que nesses casos se estava perante a violação do disposto no n.º 1 e alínea d) do n.º 2 do artigo 34.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

As telenovelas aparecem também como alvo de participações pela transmissão de conteúdos relativos ao consumo de drogas (“Queridos Papás” - TVI) e cenas representativas de um ato de abuso sexual (“A Única Mulher” - TVI). Tendo sido alegado pelos participantes a violação dos limites à liberdade de programação pela emissão de imagens que podem prejudicar a livre formação da personalidade de crianças e jovens (n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

Na lista de programas visados por matérias de conteúdos programáticos, regista-se também o programa de entretenimento radiofónico “As Três da Manhã”, da Rádio Renascença, por alegada discriminação étnica e racial e desrespeito pelos limites à liberdade de expressão, patentes no n.º 1 do artigo 37.º da Constituição da República Portuguesa.

Também se observa uma participação contra a série britânica “Pequenos Pássaros”, emitida na RTP2, que contesta a emissão de conteúdos violentos e de cariz sexual, alegando-se a violação do disposto no artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (limites à liberdade de programação).

FIG. 5 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, NA CATEGORIA CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS, POR TIPOLOGIA DO PROGRAMA VISADO



N=27 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Entre as deliberações do Conselho Regulador, sobressaem também as que corresponderam à aprovação formal de relatórios autónomos, destacando-se as relativas a avaliações intercalares de serviços de programas televisivos.

Recorde-se que, de acordo com o artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, os serviços de programas autorizados estão sujeitos a um processo de avaliação progressiva ou intercalar, competindo ao Conselho Regulador da ERC a verificação do cumprimento dos fins genéricos e específicos da atividade dos operadores de televisão, bem como das obrigações fixadas nas respetivas licenças ou autorizações, de acordo com o artigo 24.º, n.º 3, alínea i), dos Estatutos da ERC.

Em 2023, foram aprovados 9 relatórios referentes às avaliações intercalares do cumprimento dessas obrigações por parte dos serviços de programas autorizados (figura 6).

FIG. 6 - DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023 RELATIVAS A AVALIAÇÕES INTERCALARES

N.º da deliberação	Assunto
ERC/2023/42 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV1 Ficção, nos termos do Artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/249 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas ZAP Viva, nos termos do Artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/252 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas S+, nos termos do Artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/253 (AUT-TV)	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
ERC/2023/300 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas A BOLA TV, nos termos dos artigos 23.º e 97.º n.º 3 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/318 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV CANÇÃO NOVA PORTUGAL, nos termos do artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/338 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas SIC Mulher, nos termos do artigo 23.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/435 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV Cine Top, nos termos dos artigos 23.º e 97.º n.º 3 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido
ERC/2023/436 (AUT-TV)	Avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV Cine Edition, nos termos dos artigos 23.º e 97.º n.º 3 da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Destacam-se também as 19 pronúncias da ERC respeitantes a renovações de licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora, emitidas pelo prazo de 15 anos e renováveis por iguais períodos.

Sobressaem também as autorizações concedidas no seguimento de pedidos de alteração de domínio, modificação do projeto e cessão da licença e respetivo serviço de programas de rádio.

Outra área de intervenção é a dos pedidos de renovação para o exercício da atividade de televisão, que em 2023 foram submetidos pelo operador televisivo SPORT TV PORTUGAL, S.A., para o serviço de programas SPORT TV ÁFRICA, SPORT TV 3 e SPORT TV 5, e pelo operador Benfica TV, S.A. para o serviço de programas BTM 1. Em 2023, foi igualmente concedida a autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista, de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado RECORDTV.

A ERC analisa também pedidos, participações e queixas encaminhadas por outras instituições e cuja competência cabe a esta Entidade. As deliberações remetidas à ERC deste pendor corresponderam a 5,20 % das deliberações finais aprovadas pela ERC em 2023 (ver figura 7).

A partir de queixas encaminhadas pela Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial por alegada discriminação étnica resultaram em cinco deliberações.

A ERC apreciou duas participações remetidas pela Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG) relacionadas com questões de discriminação, aludindo-se numa delas à existência numa notícia de um discurso potencialmente discriminatório relacionado com a autodeterminação da identidade de género.

A participação enviada pelo Alto Comissariado das Migrações (ACM) prendeu-se com a alegada identificação, num artigo de opinião, de discurso de incentivo ao ódio com base na etnia.

Um total de 14 deliberações consistiu em parecer solicitado pela ANACOM para responder 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.

Da Autoridade da Concorrência, a ERC rececionou 1 pedido de parecer sobre uma operação de concentração, consubstanciada na aquisição do controlo exclusivo do capital social da sociedade VASP – Distribuidora de Publicações, S.A., pela Palavras de Prestígio, Lda., através do exercício da opção de compra das ações nominativas detidas pela Cofina, SGPS, S.A.

FIG. 7 - NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC, EM 2023, CUJO PEDIDO/ PARTICIPAÇÃO/QUEIXA FOI PROVENIENTE DE OUTRA INSTITUIÇÃO

Pedidos de parecer por outros reguladores	N.º de deliberações
ANACOM	14
Autoridade da Concorrência	1
Reencaminhamentos	
Comissão para a Igualdade e contra a Discriminação Racial (CICDR)	5
Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG)	2
Alto Comissariado para as Migrações (ACM)	1
Total	23

N=23 deliberações

Fonte: Repositório Institucional das Deliberações da ERC

2.2 Pareceres

Em 2023, o Conselho Regulador emitiu 5 Pareceres sobre iniciativas legislativas que lhe foram submetidas pela Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros, pela Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto, pela Comissão Parlamentar de Assuntos Constitucionais, Direitos, Liberdades e Garantias e pelo Governo.

Através da Deliberação ERC/2023/2 (Parecer Leg) a ERC apreciou o Regulamento da União Europeia sobre a liberdade dos meios de comunicação social e pela Deliberação ERC/2023/126 (Parecer Leg) pronunciou-se quanto ao Projeto de Lei n.º 664/XV/1.ª (Bloco de Esquerda) – Quota mínima de música portuguesa nos serviços de programas radiofónicos.

Refira-se também a Deliberação ERC/2023/386 (Parecer Leg), nos termos da qual a ERC dá parecer negativo à proposta de revogação da Lei n.º 33/2016, de 24 de agosto, que promoveu o alargamento da oferta de serviços de programas na televisão digital terrestre (TDT) em condições técnicas adequadas e com a garantia do controlo do preço da prestação do serviço de transporte e difusão do sinal de TDT, e em que também concedeu parecer negativo à proposta de criação de um mecanismo de compensação ao detentor do respetivo DUEF por perda de receitas ou aumento de custos.

A Entidade pronunciou-se também através da Deliberação ERC/2023/1 (Parecer Leg) sobre o Projeto de Lei n.º 398/XV/1.ª (PAN) – «Estabelece o regime jurídico aplicável ao esclarecimento cívico e ao direito de antena no âmbito das eleições para Presidente da República, Assembleia da República, Assembleia Legislativa Regional dos Açores, Assembleia Legislativa Regional da Madeira, Parlamento Europeu e dos Órgãos das Autarquias Locais, bem como no âmbito dos Referendos nacionais, regionais e locais».

A ERC também apreciou o projeto de Lei n.º 216/XV/1.ª (PS) referente à alteração à Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto (publicidade institucional do Estado), tendo considerado que o mesmo não deveria ser objeto de aprovação final sem que previamente estejam verificadas e ultrapassadas todas as potenciais incompatibilidades enumeradas no Parecer.

Por sua iniciativa, a ERC remeteu também duas propostas à Assembleia da República: Projeto de Lei de alteração à Lei da Rádio (Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro); Projeto de Lei de alteração à Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Este envio ocorreu ao abrigo da competência consultiva prevista no artigo 25.º dos Estatutos da ERC que prevê que a Entidade pode sugerir ou propor medidas de natureza política ou legislativa nas matérias atinentes às suas atribuições.

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 agosto de 2023, nos termos da Deliberação ERC/2023/301 (CC) na qual manifesta sérias reservas à operação de concentração - Aquisição pela Palavras de Prestígio, Lda. (Grupo Bel) do controlo exclusivo da VASP-Distribuidora de Publicações, S.A. por entender que a mesma pode colocar em causa os valores da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a, conteúdos informativos, formativos ou recreativos, cuja tutela incumbe à ERC acautelar. O regulador declarou ainda que uma eventual autorização da operação em causa deverá ser precedida da instituição de medidas regulatórias que garantam o acesso em condições razoáveis de mercado aos órgãos de comunicação social que necessitem de recorrer aos serviços de distribuição.

A ERC é igualmente competente para emitir parecer prévio e vinculativo sobre a nomeação e destituição dos diretores e diretores-adjuntos de órgãos de comunicação social pertencentes ao Estado e a outras entidades públicas que tenham a seu cargo as áreas da programação e da informação, ao abrigo do previsto na alínea l) do n.º 3 do artigo 24.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro. Nesse âmbito, pronunciou-se, em 2023, favoravelmente à nomeação de Maria Isabel Guerreiro da Silva Costa para as funções de Diretora de Programas e de Informação do Serviço de Programas RTP África - Deliberação ERC/2023/15 (Parecer-TV), às nomeações de Mário Pimenta Cardoso e José Fernando Figueiredo para as funções de Diretores Adjuntos de Informação de Rádio do operador de serviço público - Deliberação ERC/2023/354 (Parecer-R) e à nomeação de Mário Rui Grilo Galego para as funções de Diretor de Informação de Rádio do operador de serviço público (Deliberação ERC/2023/308 (Parecer-R)).

Nos setores das telecomunicações e internet, a ERC pronunciou-se, através da Deliberação ERC/2023/123 (Parecer), quanto ao sentido provável de Decisão da ANACOM, de fevereiro de 2023, sobre a Renovação do Direito de Utilização do Espectro de Radiofrequências atribuído à MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A. para o Serviço de Radiodifusão Televisiva Digital Terrestre associado ao Multiplexer A; da Deliberação ERC/2023/275 (Parecer), sobre os Âmbitos de aplicação da Orientação da Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD), de 18 de abril de 2023, relativa à transmissão na internet de reuniões de órgãos autárquicos; e da Deliberação ERC/2023/162 (DJ), de 27 de abril de 2023, sobre a recolha de sons e imagens em reuniões públicas de órgãos autárquicos.

Refira-se ainda que o regulador deu parecer favorável a sete pedidos para transmissão de mensagens no sistema Radio Data System (RDS) pela aplicação de radiotexto.

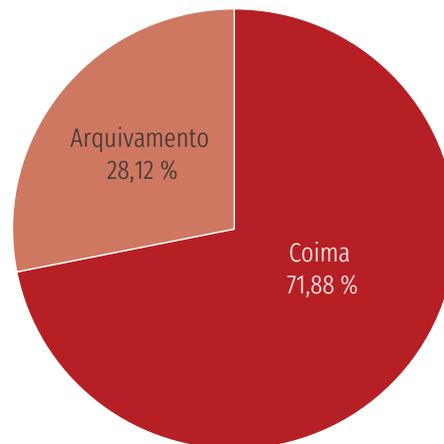
Em outubro, a ERC pronunciou-se sobre o projeto da lista de eventos de interesse generalizado do público, para 2024, proposta pelo Ministro da Cultura, tendo considerado que os eventos elencados no Projeto de Despacho em apreço reúnem genericamente os requisitos exigíveis para a sua adoção e publicação, nos termos e para os efeitos da legislação aplicável. O regulador recordou ainda os reiterados apelos sobre a conveniência de adoção de uma lista nacional de eventos objeto de interesse generalizado do público para efeitos do mecanismo de reconhecimento mútuo criado no quadro dos n.ºs 2 e 3 do artigo 14.º da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”.

2.3 Contraordenações

A atividade deliberativa da ERC, em 2023, relativa às contraordenações encontra-se desenvolvida num capítulo autónomo do Relatório de Regulação. Neste ponto é apenas apresentada uma breve análise no que concerne às decisões tomadas em processos de contraordenação.

Em 2023, registam-se 35 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 deu também por concluídas 32 decisões de processos contraordenacionais anteriores, tendo como desfecho 9 arquivamentos e a aplicação de 23 coimas, sendo a mais elevada no valor de 350 000 euros. Em 71,88 % destas deliberações, prevaleceu a aplicação de uma coima ao arguido.

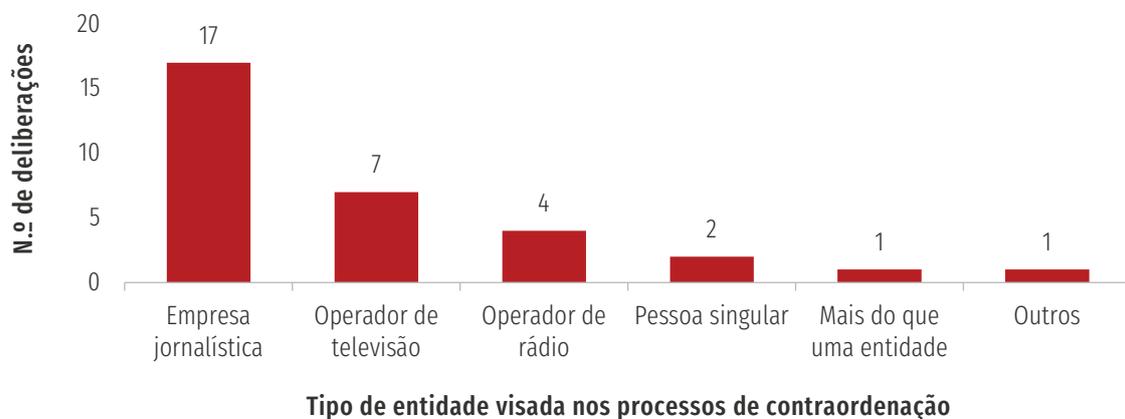
FIG. 8 - DISTRIBUIÇÃO, EM PORCENTAGEM, DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, NO ÂMBITO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO



N=32 deliberações
Fonte: Repositório Institucional da ERC

Entre as entidades visadas nos processos de contraordenação, destacam-se as empresas jornalísticas em mais de metade das deliberações (17) - 53,13 % dos casos. Seguem-se os operadores de televisão e de rádio.

FIG. 9 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, POR TIPO DE ENTIDADE VISADA, NO ÂMBITO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO



N=32 deliberações
Fonte: Repositório das Deliberações da ERC

Recorde-se que, no âmbito da sua atividade, a ERC aplica coimas sujeitas ao regime jurídico aprovado pelo DL 433/82, de 27 de outubro. Em 2023, o valor global das coimas efetivamente cobrado pelos serviços da ERC foi de 249 999,39 euros.

Na análise ao motivo subjacente às diferentes contraordenações registadas, surge, como predominantes as situações de irregularidades no horário de transmissão de programas em relação ao seu anúncio, a falta de identificação de patrocínio e de publicidade, o cumprimento deficiente de direitos de resposta, o incumprimento do plano plurianual de acessibilidade para as pessoas com deficiência, a violação da necessidade de autorização da ERC para a ocorrência de uma alteração de domínio sobre operadores de rádio e de televisão, o incumprimento das obrigações de reporte dos elementos obrigatórios ao abrigo da lei da transparência dos *media*, e a ausência de registo de edição e de comunicação de averbamento ao registo inicial.

FIG. 10 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, POR CATEGORIA, NO ÂMBITO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO

* Em "Outros", estão incluídas duas deliberações relacionadas com o incumprimento do estipulado no 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 (número de horas de programas com interpretação em língua gestual portuguesa) e uma deliberação sobre uma operação de concentração.

N=32 deliberações.

Fonte: Repositório Institucional da ERC

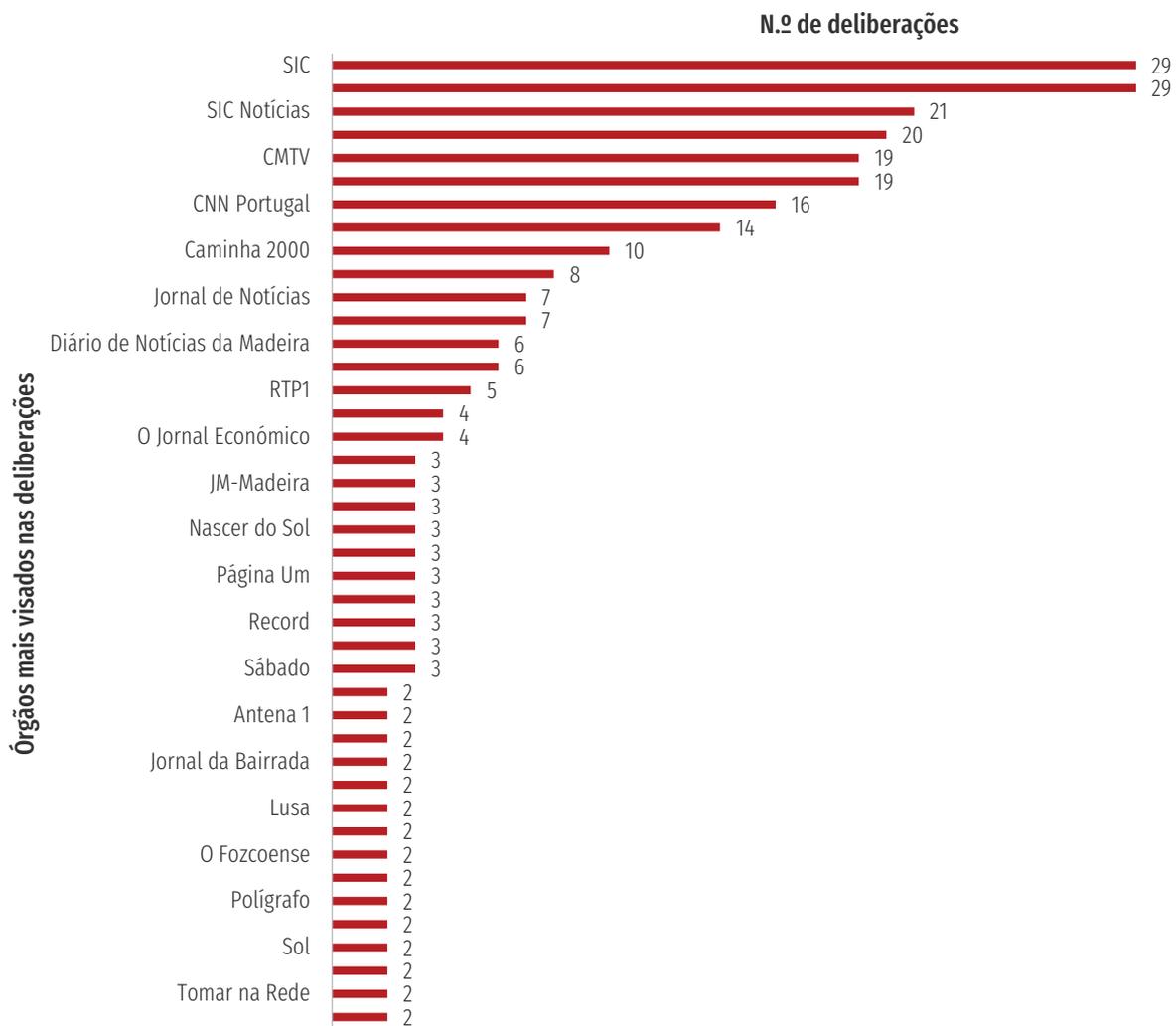
2.4 Deliberações por órgãos de comunicação social visados

Como acima se refere, a maioria dos OCS visados nas 442 deliberações finais da ERC são serviços de programas televisivos.

Os operadores mais visados pelas pronúncias da ERC foram a TVI e a SIC, com 29 deliberações, seguidos da SIC Notícias (21), da CMTV (20), da TVI24/CNN Portugal (19) e do Porto Canal (8).

Na Figura 11, 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. 11 - DISTRIBUIÇÃO DAS DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC POR SERVIÇO DE PROGRAMAS EM 2023



Nota: neste gráfico foram considerados apenas os órgãos de comunicação social visados em duas ou mais deliberações.

Fonte: Repositório Institucional da ERC

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.

Os programas de televisão mais visados nas deliberações de 2023 foram o “Jornal da Noite”, da SIC, com 12 deliberações. Segue-se o “Jornal das 8”/“Jornal Nacional”, com 8 deliberações, o programa de entretenimento “Casa Feliz”, com 6 deliberações, e o programa da TVI “Dois às 10”, com 4 deliberações. Relativamente aos jornais – formato impresso ou eletrónico –, os mais visados foram o Caminha 2000 e o Público, ambos com 3 deliberações, e O Jornal Económico e o Expresso, com 2 deliberações.

A Figura 12 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. Foram considerados apenas os que foram objeto de duas ou mais deliberações.

FIG. 12 - PROGRAMAS DE TELEVISÃO/ARTIGOS DE JORNAIS MAIS VISADOS NAS DELIBERAÇÕES FINAIS APROVADAS PELA ERC, EM 2023

Nome do programa de televisão/Título do artigo de jornal	N.º de deliberações
Jornal da Noite (SIC)	12
Jornal das 8/Jornal Nacional (TVI)	8
Casa Feliz (SIC)	6
Dois às 10 (TVI)	4
"Comunicação Social marcou agenda política no concelho de Caminha durante três semanas" (Caminha 2000)	3
"Dados clínicos de crianças internadas em cuidados intensivos com covid expostos nas redes sociais" (Público)	3
Investigação Sábado (CMTV)	3
"Investigação CNN: A teia que liga a vice-primeira ministra russa (e o "dinheiro sujo" de Moscovo) a Portugal" (CNN Portugal)	2
"Medina ainda procura justa causa já depois de demitir CEO da TAP" (O Jornal Económico)	2
"Trabalhadores querem que património do patrão da Impala pague as dívidas" (Expresso)	2
A Ex-periência (SIC)	2
Big Brother 2020 (TVI)	2
Edição do Meio-Dia (SIC Notícias)	2
Liga D'Ouro (CMTV)	2
Patrões Fora (SIC)	2

Fonte: Repositório Institucional ERC

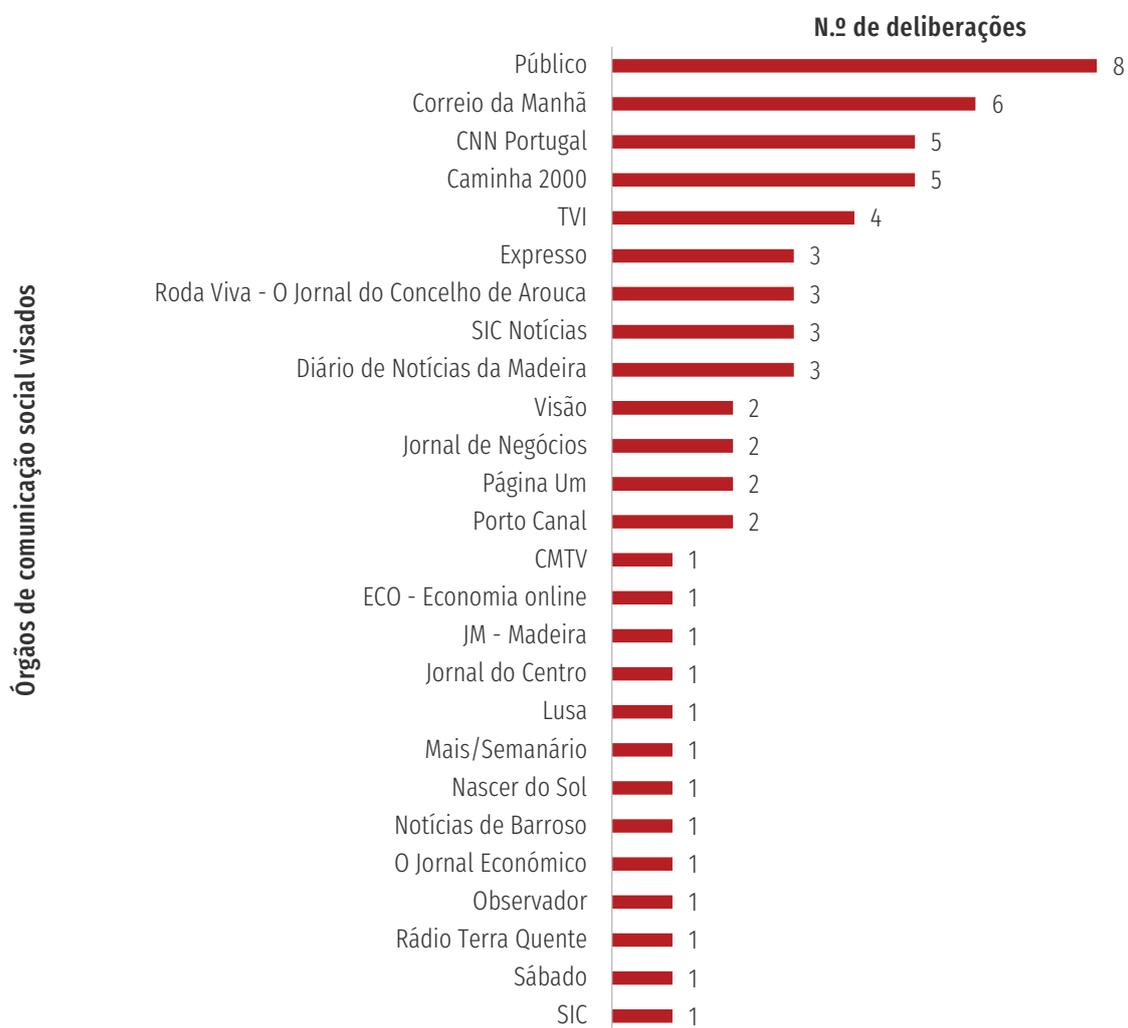


2.5 Deliberações de direito de resposta e retificação por órgãos de comunicação social visados

A categoria do Direito de resposta e de retificação tem um peso significativo em termos de deliberações aprovadas em 2023, somando um total de 59 pronúncias, entre deliberações de resposta a recursos por denegação deste exercício pelos OCS (51) e as que resultaram da instauração de processos de contraordenação (8).

Dos órgãos visados nesta categoria, destacam-se o jornal Público, com oito deliberações, o Correio da Manhã, com 6 deliberações, e a CNN Portugal e o Caminha 2000, visados em cinco deliberações. Na Figura 13, identificam-se os órgãos visados.

FIG. 13 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS, EM 2023, NA CATEGORIA DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO, POR ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL VISADO



N=59 deliberações

Fonte: Repositório das Deliberações da ERC

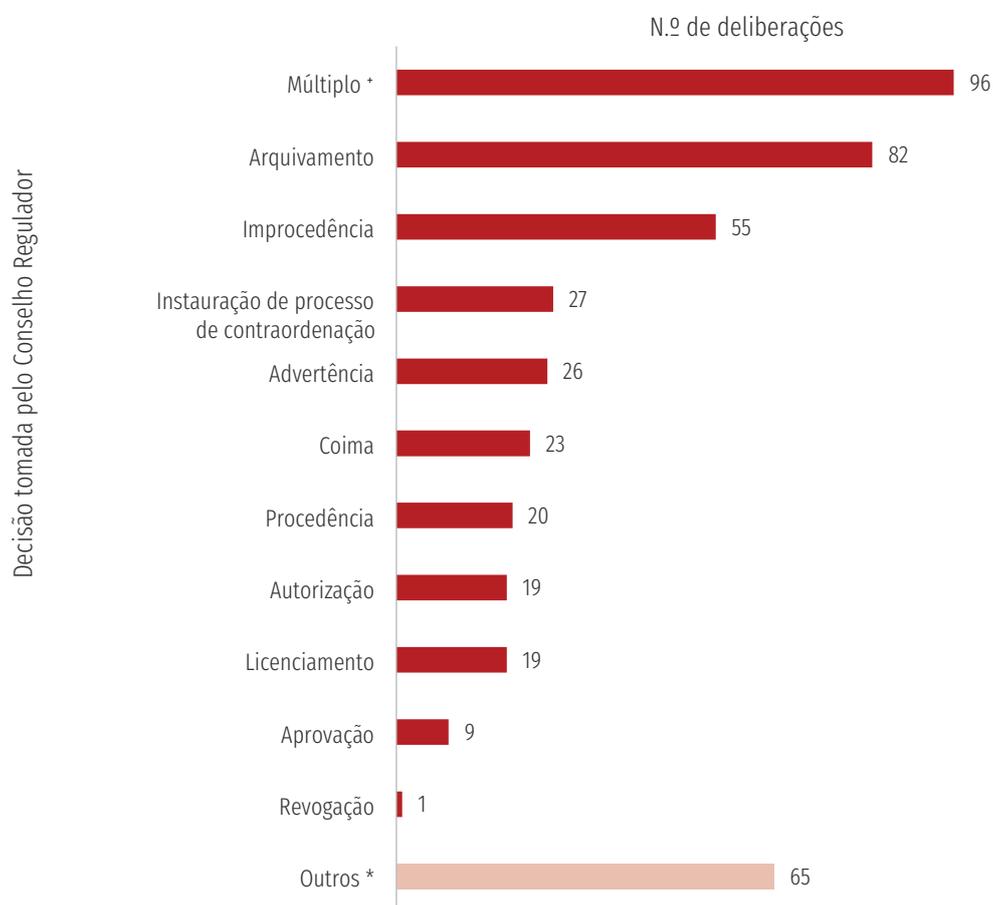
2.6 Deliberações por tipologia de decisão

Recorde-se que, em 2023, o Conselho Regulador da ERC aprovou 442 deliberações que encerram formalmente a apreciação de casos. Na maioria destas deliberações (96), o desfecho foi “múltiplo”, enquanto em 82 deliberações foi assumido o arquivamento.

Um total de 26 deliberações culminou em advertência para o órgão de comunicação social/serviço de programas e em 25 o pedido feito pelo requerente foi autorizado. Foi dada procedência das participações/queixas em 20 deliberações, aplicadas coimas em 23 das deliberações e, em 35, entre as decisões tomadas, estava a instauração de processos de contraordenação.

Na Figura 14, podem verificar-se as decisões tomadas pela ERC, em 2023, tendo em conta a tipologia da decisão por ordem decrescente da sua ocorrência.

FIG. 14 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



* Optou-se pela designação “Múltiplo” nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Em “Outros” são considerados, nomeadamente, os pareceres legislativos, os pareceres solicitados pela Autoridade da Concorrência e pela Anacom, os pareceres relativos à nomeação/exoneração de diretores de órgãos de comunicação social, os projetos de despacho relativo à lista de eventos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público e os pedidos de informação.

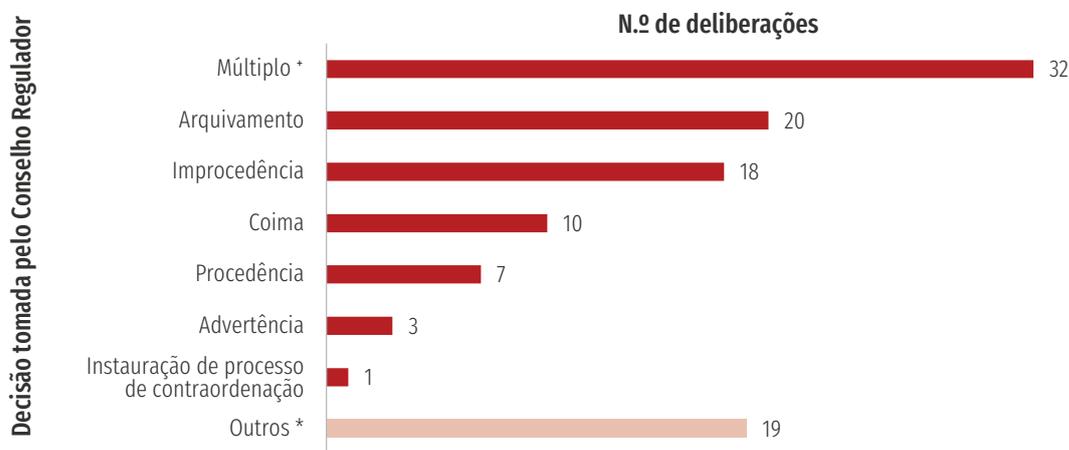
N=442 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Em 2023, registam-se três deliberações finais que incorporam decisões individualizadas.

Na análise à prevalência das decisões por tipo de suporte do meio de comunicação social em causa, observa-se que, nas 110 deliberações em que o meio – ou um dos meios – visado foi a imprensa, a decisão que mais prevaleceu foi múltipla (em 32 deliberações), seguida do arquivamento (em 20), da improcedência (18) e da coima em 10, conforme se pode constatar na figura 15.

FIG. 15 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A IMPRENSA



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" estão incluídos, nomeadamente, os pareceres legislativos e os pedidos de informação.

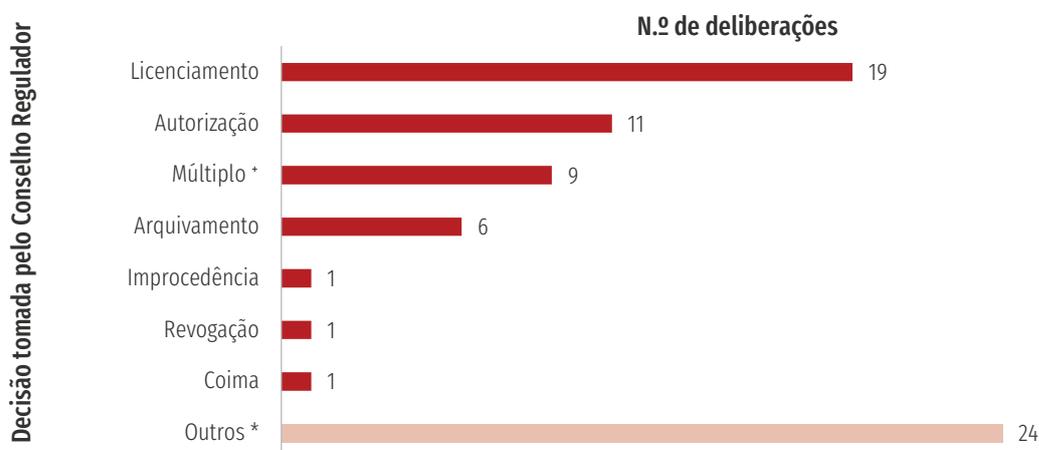
N=110 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Nas 72 deliberações em que a rádio foi o meio – ou um dos meios – visado, a decisão que prevaleceu foi o licenciamento, presente em 19 deliberações (26,39 % do total). As licenças para o exercício da atividade radiofónica são emitidas pelo prazo de 15 anos e renováveis por iguais períodos, sendo que 2023 coincide com um período de pedidos de renovação das respetivas licenças.

Na Figura 16, observa-se que a segunda decisão mais tomada no que concerne ao meio rádio foi a autorização, concedida no seguimento de pedidos de alteração de domínio, modificação do projeto e cessão da licença e respetivo serviço de programas.

FIG. 16 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A RÁDIO



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" estão incluídos, nomeadamente, os pareceres legislativos, os pedidos de parecer provenientes da Anacom para transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT), atribuição/alteração do nome do canal de programa (PS) no sistema RDS e os relacionados com operações de concentração, os pareceres relativos à nomeação/exoneração de diretores de órgãos de comunicação social e os pedidos de esclarecimento relacionados com o direito de acesso dos jornalistas.

N=72 deliberações

Fonte: Repositório das Deliberações da ERC

Das 138 deliberações cujo meio de comunicação social – ou um dos meios – visado foi a televisão, 19 terminaram em arquivamento, 16 em improcedência, 14 em advertência e 11 na instauração de processos de contraordenação (Figura 17).

FIG. 17 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A TELEVISÃO



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" estão incluídos, nomeadamente, os pareceres legislativos, os pareceres relacionados com operações de concentração, os pareceres relativos à nomeação/exoneração de diretores de órgãos de comunicação social e os pedidos de esclarecimento relacionados com o direito de acesso dos jornalistas.

N=138 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Conforme se pode constatar na Figura 18, no que concerne à internet, das 131 deliberações aprovadas em 2023 em que foi este o meio – ou um dos meios – visado, foram aprovados múltiplos tipos de decisão em 44 deliberações. O Conselho Regulador decidiu pelo arquivamento em 36 deliberações, seguindo-se a improcedência com 13 deliberações.

FIG. 18 - NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC, EM 2023, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR, CUJO MEIO VISADO É A INTERNET



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" estão incluídos, nomeadamente, os pareceres legislativos e os pedidos de esclarecimento relacionados com o direito de acesso dos jornalistas.

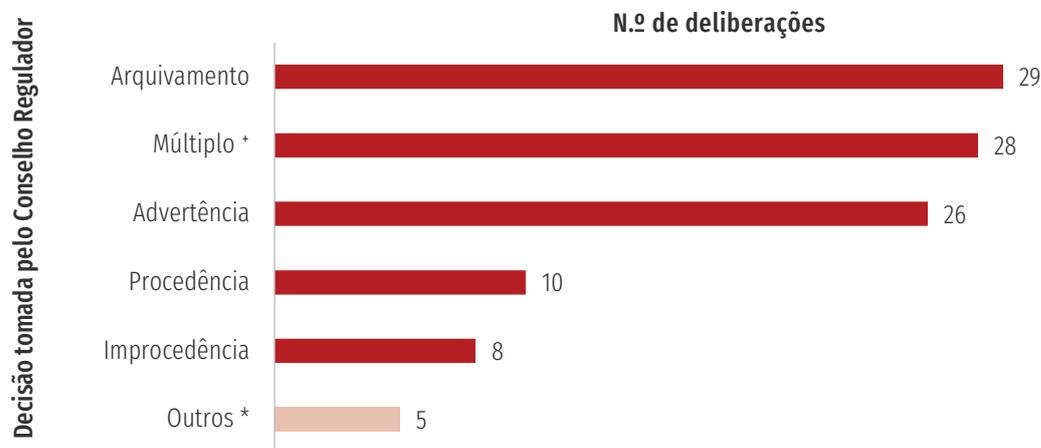
N=131 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Dada a expressividade das temáticas do rigor informativo, do direito de resposta e da transparência dos *media* nas deliberações aprovadas em 2023, considerou-se relevante analisar as decisões tomadas pelo Conselho Regulador nas deliberações correspondentes a cada uma destas temáticas.

Nas deliberações cujo foco principal de análise foi o rigor informativo, a decisão tomada com maior destaque foi o arquivamento (em 29 deliberações). Destacam-se, em seguida, 28 deliberações com mais do que uma decisão (Múltiplo²), sendo que a maioria delas dá procedência à participação/queixa e adverte o visado para o cumprimento da legislação. A terceira decisão que se destaca é a advertência, presente em 26 deliberações (ver Figura 19).

FIG. 19 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, RELATIVAS AO RIGOR INFORMATIVO, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

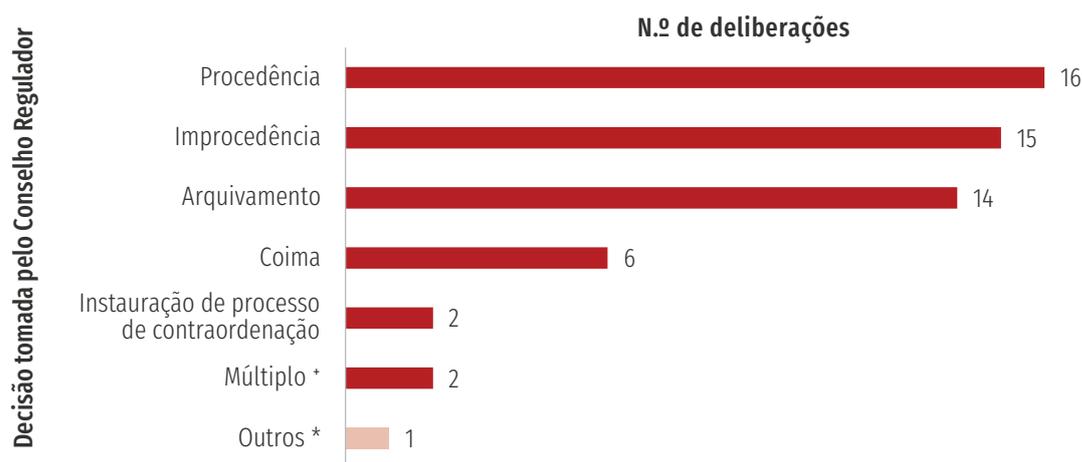
* Na categoria "Outros" estão incluídas deliberações cuja decisão que não se enquadra nas restantes tipologias de decisão indicadas.

N=106 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

Relativamente às deliberações sobre direito de resposta, a decisão mais tomada foi a procedência da participação/queixa ou recurso apresentados à ERC, em 16 deliberações. Seguem-se a improcedência e o arquivamento, respetivamente com 15 e 14 deliberações. Destaca-se a aplicação de coima em 6 deliberações e a instauração de um processo de contraordenação em 2 deliberações.

FIG. 20 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, RELATIVAS AO DIREITO DE RESPOSTA, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" está incluída uma deliberação cuja decisão que não se enquadra nas restantes tipologias de decisão indicadas.

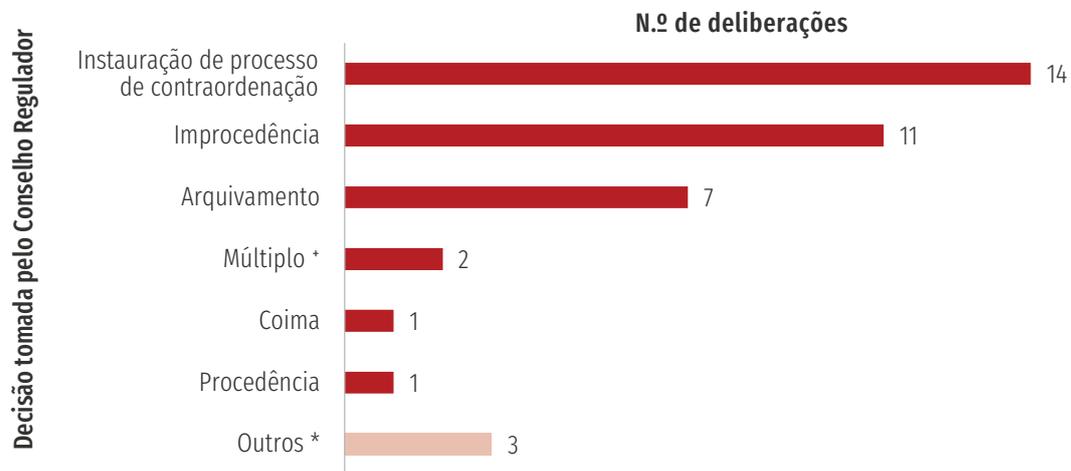
N=56 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

2 Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

No que concerne à temática da transparência dos *media*, sobressai a instauração de processos de contraordenação em 14 deliberações (35,90 %), seguido da improcedência do pedido de confidencialidade na divulgação de alguns dados de reporte obrigatório, ao abrigo do n.º 1, do artigo 6.º da Lei da Transparência, apresentado pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

FIG. 21 - DISTRIBUIÇÃO DO NÚMERO DE DELIBERAÇÕES APROVADAS PELA ERC EM 2023, RELATIVAS À TRANSPARÊNCIA DOS *MEDIA*, POR TIPOLOGIA DE DECISÃO TOMADA PELO CONSELHO REGULADOR



* Optou-se pela designação "Múltiplo" nos casos em que uma deliberação contém mais do que uma decisão.

* Na categoria "Outros" estão incluídas deliberações cuja decisão que não se enquadra nas restantes tipologias de decisão indicadas.

N=39 deliberações

Fonte: Repositório Institucional da ERC

LITERACIA MEDIÁTICA



1. VISÃO GLOBAL

Este capítulo retrata a atividade de literacia mediática (LM) do regulador no ano correspondente, considerando, por um lado, as iniciativas de continuidade e, por outro, aquelas delimitadas temporalmente, de âmbito nacional ou internacional.

Importa sublinhar que este é um ano assinalado por **novidades ao nível das políticas públicas** que marcam o campo de literacia mediática em Portugal, por estabelecerem novos compromissos para os quais a ERC tem contribuído.

Atividades de continuidade

Nível Nacional

No que respeita ao trabalho desenvolvido no **Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)**¹, saliente-se o envolvimento da ERC no grupo de trabalho interno que teve como objetivo a organização do **VI Congresso Literacia, Media e Cidadania** subordinado ao tema **“Transição Digital e Políticas Públicas”**. Além do trabalho desenvolvido no contexto da **Comissão Executiva do evento**, é de salientar a **participação do vogal do Conselho Regulador da ERC e supervisor da área da literacia mediática**, à data, na **Sessão Plenária III intitulada “Literacia Mediática: Desafios para as Políticas Públicas”**.

¹ Criado em 2009, o GILM tem o objetivo de promover a literacia mediática em Portugal. A ERC faz parte do grupo de instituições que são membros fundadores do GILM: www.gilm.pt.

A participação da ERC no evento materializou-se na dinamização do **workshop** intitulado **“Acessibilidades: ver, ouvir, sentir e participar”**, em que os participantes foram convidados a perceber a importância da acessibilidade dos conteúdos dos *media* para o desenvolvimento da literacia mediática dos cidadãos, em respeito por iguais oportunidades de utilização desses *media*, independentemente das barreiras que possam ter. Duas equipas técnicas da ERC apresentaram comunicações: **“Notícias da guerra. Literacia mediática para a informação televisiva”** e **“Team up – media for adult education! Experiências colaborativas na transição digital”** (em parceria com a 4Change).

Pela relação com o regulador, merece destaque o facto de, no Congresso, se ter feito **uma homenagem póstuma a Mário Mesquita** (falecido a 27 de maio de 2022), jornalista, professor, investigador, vice-presidente do Conselho Regulador da ERC, à data, e anterior coordenador da área de literacia mediática.

No que respeita a atividades em parceria com o GILM, é de salientar a participação no grupo de trabalho responsável pela coorganização da **11.ª edição da Operação 7 Dias com os Media², que colocou a tónica na temática “Admirável Mundo Novo da IA? O que nos dizem os algoritmos?”**. A participação nesta operação ocorreu ainda através da participação da ERC no debate **“Encontros sobre os media para miúdos e graúdos: Como gerir a desinformação?”**, uma iniciativa promovida pela Associação de Pais e Encarregados de Educação da Escola Paula Vicente (Lisboa) e a supra-mencionada 4Change. A iniciativa – simbolicamente registada no *website* da operação – propôs uma reflexão conjunta sobre *“fake news”* e desinformação em contexto escolar a partir de um caso viral (a “ameaça de ataque às escolas” a 20 de abril de 2023).

Em 2023, o GILM também regressou aos FILM (Fóruns Informais de Literacia Mediática), tendo escolhido associar a oitava edição à *Global Media Literacy Week*, a semana internacional promovida pela UNESCO. A ERC participou, em outubro, na coorganização do **VIII FILM**, dedicado à vertente da **literacia fílmica e audiovisual** concretizado sob o formato de uma **masterclass**. **“3...2...1...FILM! – Sobre realizar e produzir para cinema e televisão”** foi o título da aula aberta dada pelo realizador e produtor português Manuel Pureza a convite do GILM em parceria com o **Plano Nacional de Cinema (PNC)**.

Ações de sensibilização (experiência-piloto)

Aproveitando as aprendizagens resultantes de ações de sensibilização e consciencialização que a ERC vem realizando há vários anos, sobre as temáticas da **desinformação online, estereótipos nos media e discurso de ódio online**, em novembro de 2023, foi implementada a iniciativa **“Literacia Mediática – Educação não formal - Ações de sensibilização em quatro localidades alentejanas**. A atividade³ teve o duplo objetivo de dinamizar **ações de sensibilização junto do público adulto/sênior e do escolar** (alunos do 3.º ciclo e do secundário) e realizar encontros para **sensibilizar potenciais facilitadores a nível local de ações sobre temáticas de literacia mediática** – animadores socioculturais, bibliotecários, educadores, representantes das autarquias, da imprensa regional e outros interessados.

A experiência foi encarada como piloto na medida em que permitiu um contacto direto com populações fora da área urbana litoral, junto das quais se procurou apurar o interesse no **desenvolvimento de uma rede de cooperação sobre literacia mediática a nível local**.

Nível internacional

As atividades de continuidade de âmbito internacional passaram sobretudo pelo envolvimento da ERC nos grupos de trabalho inseridos em plataformas de reguladores.

Foi desenvolvido trabalho no âmbito do Grupo de Ação 2 – Literacia Mediática do European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA) com destaque para a produção do **“ERGA Media Literacy Report 2023 - Experiences on the reporting exercise pursuant to Article 33a(2) of the AVMSD”**, que incidiu sobre a experiência das entidades reguladoras dos Estados membros no seu primeiro exercício de elaboração de relatórios sobre a literacia mediática nos respetivos países. Também de notar a oportunidade - através de um **workshop** realizado em Bruxelas (em outubro) - de **partilha de boas práticas nesta área por parte dos reguladores e de alguns fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos (PPV)**.

² 7 Dias com os Media é «uma Operação nacional anual que pretende sensibilizar para o papel e lugar que os *media* ocupam no quotidiano dos indivíduos e das sociedades. Todos os interessados em participar terão de desenvolver uma iniciativa, individual ou em grupo, que se relacione com o universo dos *media*».

³ A iniciativa – que foi associada à 12.ª edição da Global Media and Information Literacy Week da UNESCO.

A ERC manteve presença nos encontros da **EMIL**, *task-force* sobre literacia mediática e da informação da **European Platform of Regulatory Authorities (EPRA)**, que possibilitou o acompanhamento das atividades em curso noutros países e o aprofundamento do conhecimento sobre vertentes atuais da literacia mediática, como é o caso da literacia dos algoritmos.

No **Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes (RIRM)**, é de referir que a ERC partilhou informação sobre a sua atividade no encontro que o seu grupo de trabalho sobre literacia mediática teve oportunidade de realizar em 2023.

No contexto da **Plataforma de Reguladores del Audiovisual Iberoamericano (PRAI)**, a ERC participou em duas iniciativas do grupo de alfabetização mediática: a conclusão do projeto “mSchools – Desafio de educação para os *media* 2022/2023” e o “Mapeamento do estado da literacia mediática e informacional (AMI) nos países Ibero-americanos”.

Outras iniciativas que marcaram o ano

Projetos em conclusão

No que respeita a projetos iniciados em 2022, o ano 2023 fica marcado pela conclusão de dois de âmbito internacional: o **TeamUp! – Media for adult education!**⁴ (dirigido à formação de formadores de adultos, tendo por base metodologias de educação não formal) e o **mSchools – Desafio de educação para os *media* 2022/2023**⁵ (dirigido ao reconhecimento público e formação de professores em LM).

No caso do **TeamUp! – Media for adult education!**, com a participação na **segunda e terceira sessão de formação de formadores**, a primeira em Lisboa, a última em Évora. Dando seguimento ao trabalho iniciado em 2022, a ERC ficou responsável pela dinamização de dois módulos, um relacionado com a **desinformação online** e outro com a articulação das **temáticas estereótipos nos *media* e discurso de ódio online**. Salienta-se a participação no evento final do projeto - uma **Mil’athon** realizada em junho em Lisboa – durante a qual foi partilhada a visão do regulador, bem como recursos pedagógicos disponibilizados pelo projeto.

Quanto ao “**mSchools – Desafio de educação para os *media* 2022/2023**”, sobressai a participação na última etapa da primeira fase do projeto: o reconhecimento público no **Mobile World Congress de Barcelona 2023** das seis experiências de educação para os *media* vencedoras do desafio⁶. Recorde-se que o desafio, numa primeira fase, teve como objetivo dar a conhecer e ajudar a melhorar experiências de educação para os *media* – em que fosse feito um uso crítico das tecnologias já implementadas por professores em estabelecimentos de ensino da **Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal**⁷. O objetivo geral era que essas experiências pudessem servir de inspiração a outros educadores em diferentes contextos de aprendizagem.

Atividades relacionadas com políticas públicas

Na abertura do supramencionado **VI Congresso Literacia, Media e Cidadania – “Transição digital e políticas públicas”**, foi anunciado pelo Ministro da Cultura o objetivo governativo de avançar com a formalização de um **Plano Nacional para a Literacia Mediática (PNLM)**. A **Resolução do Conselho de Ministros (RCM) n.º 142/2023**, de 17 de novembro⁸, objetivou esse compromisso. Além de orientações para o futuro Plano, da definição de uma comissão interministerial para o concretizar, a RCM também define um **conselho consultivo de acompanhamento do PNLM, que a ERC passa a integrar, juntamente com mais 13 instituições e cinco especialistas**.

Também em 2023, a **ERC** foi chamada a dar cumprimento a uma das suas novas **competências relacionadas com a literacia mediática** introduzida na versão revista em 2020 da **Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido**

⁴ Website do projeto pode ser consultado em: <https://mediaforinclusion.eu/>.

⁵ Informação sobre o projeto coordenado internacionalmente pelo programa catalão mSchools dirigido à comunidade educativa (sobretudo formação de professores): <https://mschools.com/es/challenge/reto-por-la-educacion-mediatica/>.

⁶ No website do mSchools, podem ser visionados cinco vídeos das seis experiências vencedoras: <https://mschools.com/es/mschools-lleva-la-educacion-mediatica-a-mwc-barcelona-2023/>.

⁷ Ou seja, as zonas geográficas de onde são originárias as seis entidades reguladoras representativas da Plataforma de Reguladores do Setor Audiovisual Iberoamericano.

⁸ O documento pode ser consultado na seguinte hiperligação do Diário da República: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/142-2023-224427490>.

(LTSAP)⁹, artigo 93.º A (Literacia Mediática): a elaboração de um «relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática em Portugal.». “**Literacia Mediática em Portugal – 1.º Relatório ao abrigo do n.º 2 do artigo 33.º A da Diretiva (UE) dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual**”¹⁰ (maio de 2023) é o produto final do primeiro processo de recolha e sistematização de informação sobre o estado da literacia mediática em Portugal. No relatório produzido pela ERC e enviado pelo Ministério da Cultura à Comissão Europeia é feito um mapeamento do estado da LM em Portugal, com particular incidência nas medidas e atividades de promoção e desenvolvimento de competências de literacia mediática desenvolvidas entre setembro de 2020 e outubro de 2022.

Em dezembro, concretizou-se a divulgação pública da **versão revista e atualizada do Referencial de Educação para os Media**¹¹, documento que em Portugal constitui a **referência para a educação para os media destinadas aos ciclos de ensino que compõem a escolaridade obrigatória** (pré-escolar, básico e secundário). Renovada face ao original publicado em 2014, esta nova versão envolveu um processo de trabalho colaborativo¹² em que a ERC também participou.

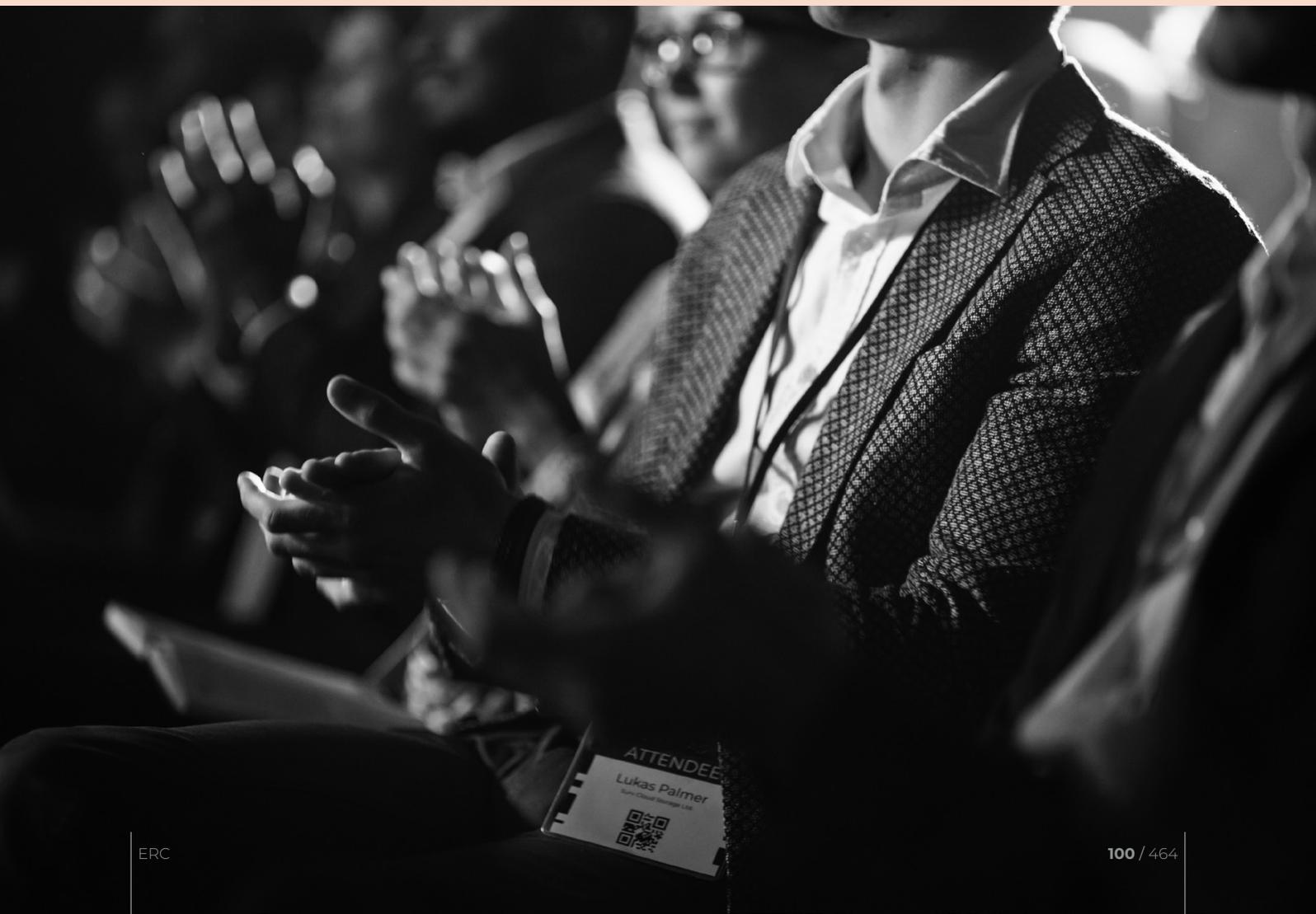
Do retrato de atividades de LM da ERC em 2023, também consta o envolvimento do regulador em iniciativas que implicaram o **contacto com a academia**, bem como um encontro com **profissionais das bibliotecas públicas**.

9 A LTSAP, Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, foi alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19/11, que introduz deveres/atribuições relacionadas com a literacia mediática no diploma que serve de base legal à atividade do setor audiovisual em Portugal. A alteração a esta lei decorre do processo de transposição da [Diretiva UE 2018/1808](#). Entre as novidades introduzidas está a atribuição de competências na área da literacia mediática ao serviço público de televisão, às plataformas de partilha de vídeos (PPV) sediadas em território nacional, bem como a salvaguarda do cumprimento dessas novas atribuições à ERC.

10 Disponível para consulta no *website* da ERC em: <https://www.erc.pt/download.php?fd=13092&l=pt&key=dd5cd9a3436e416d786e79a946653f2a>. Esta versão também se encontra disponível no próprio *website* da CE, onde estão publicados os relatórios dos diferentes Estados-membros: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/national-reports-media-literacy-measures-under-audiovisual-media-services-directive-2020-2022->

11 O documento está disponível para consulta em: https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/Noticias_documentos/referencial-epm-versaoatualizada-dez2023_11dez.pdf.

12 Foi desenvolvido pela equipa responsável pela primeira versão em coordenação com uma equipa da DGE e com colaboração de 14 parceiros representantes de diferentes instituições, entre as quais a ERC.



2. ATIVIDADES DE CONTINUIDADE

Do plano de atividades de LM da ERC faz parte o acompanhamento sistemático e a colaboração na implementação/desenvolvimento de iniciativas levadas a cabo por vários grupos de trabalho dedicados a promover esta área. A nível nacional, destaca-se a participação da ERC na coorganização de iniciativas desenvolvidas no âmbito do Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM)¹³. A nível internacional, sobressai a cooperação com os grupos de trabalho sobre literacia mediática de plataformas de reguladores com atuação em diferentes âmbitos geográficos (europeu, ibero-americano, mediterrânico).

Ainda no que concerne o trabalho de continuidade da ERC, é de referir o desenvolvimento de ações de sensibilização/consciencialização sobre temáticas diretamente relacionadas com a atividade regulatória junto de diferentes públicos, tanto de forma proativa, quer em resposta a convites/pedidos que chegam ao regulador.

NÍVEL NACIONAL

VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania – “Transição Digital e Políticas Públicas”

Depois de um interregno de quase quatro anos¹⁴, aquela que é a principal iniciativa do GILM dirigida à reflexão com especialistas, académicos e agentes com intervenção na área da educação para os *media* e da promoção da literacia mediática, regressou nos **dias 21 e 22 de abril de 2023 à Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), em Lisboa**.

Em seguida, sistematizam-se algumas informações sobre esta iniciativa. Salienta-se o envolvimento da ERC na organização (Comissão Organizadora, Comissão Executiva), e na participação nos conteúdos do evento, com a partilha direta de trabalho do regulador numa sessão plenária, num *workshop* e em duas comunicações livres.

Em termos de conteúdo do congresso, resumem-se ideias das principais conferências/comunicações proferidas e recorda-se que, em 2024, serão disponibilizados no canal YouTube do GILM vídeos das conferências e sessões plenárias do congresso¹⁵ (legendas em português e inglês e língua gestual portuguesa).

1.º Dia – 21 de abril de 2023

Colocando em destaque a temática “**Transição Digital e Políticas Públicas**”, a sexta edição fica marcada pelo anúncio realizado pelo à data Ministro da Cultura¹⁶, Pedro Adão e Silva, de que iria avançar uma política pública explicitamente dirigida à comunidade de agentes interessados/envolvidos na promoção da literacia mediática em Portugal: o **Plano Nacional de Literacia Mediática** (PNLM).

O representante governativo sustentou a opção pela atribuição da coordenação do PNLM à equipa responsável pelo Plano Nacional de Leitura 2027: «*vai aproveitar a capilaridade que o Plano Nacional de Leitura já dispõe nas escolas e bibliotecas*», «*com uma melhor utilização dos recursos públicos existentes e de modo a evitar a duplicação de estruturas*». Referiu ainda a necessidade de ter um orçamento próprio para ter autonomia na concretização dos seus objetivos.

No VI Congresso LMC participou ainda Augusto Santos Silva, à data **Presidente da Assembleia da República**. Presente na sessão de abertura, partilhou uma aula sobre a relevância da alfabetização e da literacia em geral, particularizando a da literacia mediática (e da informação). Explicou o conceito de literacia mediática a partir de exemplos concretos (literacia mediática é mais do que dizer que se lê notícias, é saber compreendê-las e interpretá-las), a relevância da

¹³ Website disponível em www.gilm.pt.

¹⁴ A última edição do Congresso LMC - focada na tríade temática “Tecnologia, Desinformação e Ética” - teve lugar na Universidade de Aveiro, nos dias 3 e 4 de maio de 2019. O GILM acabaria por decidir não avançar com a realização da sexta edição devido às restrições existentes para eventos presenciais no contexto da pandemia de covid-19.

¹⁵ Hiperligação para o canal YouTube do GILM https://www.youtube.com/channel/UCeueWIV5fmxG9046_QTgZw.

¹⁶ Do XXIII Governo Constitucional.

capacidade crítica que lhe está associada, explicou o que são os *media* (salientando o seu poder), apresentou-os como recurso público, notou a importância da regulação da sua atividade e sustentou que os meios de comunicação são um assunto de todos os cidadãos com impacto no conjunto da sociedade.

Na sua comunicação, o Presidente da Assembleia da República fez sobressair a importância da atividade jornalística: «*o jornalismo tem uma aliança natural com o nosso interesse enquanto promotores da literacia mediática*». Recordou o Código Deontológico dos Jornalistas como documento fundamental, de autorregulação da classe, e ressaltou-o como «*um bom roteiro para a literacia mediática*», na medida em que é muito claro nas suas diferentes alíneas.

FIG. 1 – MINISTRO DA CULTURA (PEDRO ADÃO E SILVA) E PRESIDENTE DA ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (AUGUSTO SANTOS SILVA) NA SESSÃO DE ABERTURA DO VI CONGRESSO LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

A **conferência inaugural foi realizada pela Professora Divina Frau-Meigs**, da Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3, keynote speaker do evento. “**Estado da arte da Literacia Mediática e desafios para as políticas públicas**” é o título da conferência proferida pela reconhecida investigadora¹⁷. Recordou as políticas públicas europeias definidas para os anos mais recentes, como é o caso do Digital Education Plan 2021-2027, e (*Media Literacy Expert Group* da Comissão Europeia; High-Level Expert Group for *fake news* and *online* disinformation; o EDMO – European Digital *Media* Observatory e os seus 14 hubs regionais; programas de financiamento como o Creative Europe para a área da Literacia Mediática e o EMIF; Dig-Comp 2.2), e chamou à atenção para a relevância do trabalho da UNESCO para a «desocidentalização da literacia mediática». Apresentou dados do estudo YouVerify!¹⁸ para mostrar as diferentes velocidades das políticas de literacia mediática nesses países europeus. Também recuperou o seu projeto de investigação “Translit” para falar da convergência entre a literacia mediática, a literacia da informação e a literacia informática.

FIG. 2 – DIVINA FRAU-MEIGS, INVESTIGADORA DA UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE – PARIS 3, DURANTE A CONFERÊNCIA INAUGURAL QUE PROFERIU NO VI CONGRESSO LMC (2023)



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

¹⁷ Perfil profissional disponível em: <https://divina-frau-meigs.fr/>.

¹⁸ Mais informação sobre o projeto em <https://youverify.eu/project>.

Sherri Aldys, Diretora do Centro Regional de Informação das Nações Unidas, com a comunicação **“Countering Disinformation: How is the UN working to promote information integrity?”**, falou da dificuldade de definir desinformação, questionou os seus perigos (descredibilizar políticas públicas, aumentar tensões, aumentar do discurso de ódio) e apresentou o respeito pelos direitos humanos como forma de combater esses perigos.

FIG. 3 – SHERRI ALDIS, DIRETORA DO CENTRO REGIONAL DE INFORMAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, NO PRIMEIRO DIA DO VI CONGRESSO LMC (2023)



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

Sally Reynolds, da Media & Learning Association e do European Digital Media Observatory (EDMO) proferiu a conferência **“Mapping the Digital Media Literacy Landscape in Europe”**, ponto de situação da literacia mediática digital no contexto europeu.

Apresentou a sua visão sobre o tema a partir da experiência/atividade da Media & Learning Assotiation: a promoção, desde 2020, da iniciativa *Wednesdays Webinars serie*, a organização de conferências, o desenvolvimento dos projetos SMILES e TeaMLit, e o seu papel de incentivar à partilha de informação e colaboração entre os *hubs* do EDMO em termos de literacia mediática. Reynolds salientou o trabalho dos 14 *hubs* na definição dos **Media Literacy Country Profiles**, com o objetivo de facultar um mapeamento atualizado do estado da literacia mediática nos diferentes Estados-membros.

O primeiro dia do VI Congresso fechou com um momento já habitual nos Congressos LMC: a realização de tributos a personalidades com um percurso ligado à LM. Neste caso, uma **sessão de homenagem póstuma a Mário Mesquita**, reconhecido jornalista e professor de jornalismo (falecido a 27 de maio de 2022), mas também **vice presidente do à data Conselho Regulador da ERC e ex-supervisor da área de literacia mediática do regulador**.

FIG. 4 – PRESENÇA EM PALCO DA FILHA, NETA E AMIGOS DE MÁRIO MESQUITA, HOMENAGEADO DO VI CONGRESSO LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA (2023)



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

Além da presença da família, a sessão contou com a presença em palco de amigos e foi marcada pela exibição de um **documentário**¹⁹ para esta homenagem que decorreu no auditório da ESCS, onde Mário Mesquita foi professor durante muitos anos.

FIG. 5 – IMAGENS DO DOCUMENTÁRIO EM TRIBUTO A MÁRIO MESQUITA ESTREADO NA HOMENAGEM REALIZADA NO VI CONGRESSO, LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA (21 DE ABRIL DE 2023)



2.º Dia – 22 de abril de 2023

O último dia do Congresso LMC, iniciou com **quatro workshops**:

1. “Teacher training and support in digital *media* literacy” (dinamizado por Sally Reynolds, *Media&Learning Association*);
2. “O que é notícia (e o que não é) em televisão?” (da responsabilidade de José Manuel Mestre, jornalista da SIC);
3. “O que é notícia (e o que não é) em rádio?” (por Ricardo Alexandre, jornalista da TSF);
4. “Acessibilidades: ver, ouvir, sentir e participar” (por Ângela Nobre, técnica da ERC).

No que respeita ao **workshop** promovido pela ERC, recupera-se a sinopse que sintetiza a abordagem seguida na articulação da temática da acessibilidade nos *media* na relação com a literacia mediática:

«O acesso aos *media* é uma das condições base para que os cidadãos desenvolvam a sua literacia mediática como oportunidade de participação na vida em sociedade. As acessibilidades, aplicadas ao contexto dos *media*, permitem garantir a todos os cidadãos iguais oportunidades de uso desses *media*, independentemente das barreiras permanentes ou temporárias que possam ter. Neste workshop, estruturado com base em exemplos reais e exercícios práticos, os participantes são convidados a refletir e a debater sobre a importância das acessibilidades em televisão, tendo como enquadramento as obrigações dos operadores e o seu papel inclusivo na televisão nacional (RTP, SIC, TVI, CNN, CMTV, Porto Canal). É também uma oportunidade para compreender a missão e explorar o modo de intervenção nesta área por parte do regulador da comunicação social portuguesa.(...)»

Maria Donde, Diretora de Políticas de Conteúdo Internacional do Ofcom e Presidente interina da *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA), esteve na conferência de abertura do segundo dia. **“Literacia Mediática: Desafios**

¹⁹ O vídeo do documentário está disponível para visionamento no canal YouTube do GILM: <https://youtu.be/OocMZAxDus>. Resultado do trabalho colaborativo de Francisco Sena Santos, Fernanda Bonacho, Maria José Mata, Joana Pontes, Rui Branquinho e Constança Castanheira, o documentário foi construído com o apoio do Arquivo RTP, a consulta ao Arquivo pessoal de Mário Mesquita, a AMOPC e a ESCS e de amigos e família.

para as Políticas Públicas” foi o título da comunicação que proferiu que se centrou na partilha da visão da literacia mediática em termos de políticas públicas tendo por base o trabalho de referência na área realizado pelo regulador do audiovisual do Reino Unido, bem como da sua experiência na liderança do grupo de literacia mediática da EPRA – EMIL.

FIG. 6 – MARIA DONDE, DIRETORA DE POLÍTICAS DE CONTEÚDO INTERNACIONAL DO OFCOM, PRESIDENTE INTERINA DA EUROPEAN PLATFORM OF REGULATORY AUTHORITIES



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

A **Sessão Plenária III - Literacia Mediática dedicada à temática “Desafios para as Políticas Públicas”**, contou com a participação de **João Pedro Figueiredo, à data Vogal do Conselho Regulador da ERC e supervisor da área de Literacia Mediática**, que teve oportunidade de contribuir com a visão da ERC. Partilhou a mesa-redonda com o Ministro da Educação João Costa, a Comissária do Plano Nacional de Leitura Regina Duarte e a Luísa Meireles, Diretora de Informação da Agência Lusa, com moderação de Pedro Braumann (representante da RTP no GILM).

FIG. 7 – SESSÃO PLENÁRIA III LITERACIA MEDIÁTICA DEDICADA À TEMÁTICA “DESAFIOS PARA AS POLÍTICAS PÚBLICAS”, COM O VOGAL DA ERC, JOÃO PEDRO FIGUEIREDO



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

O **segundo bloco de comunicações livres** (total de 26) foi organizado nas seguintes mesas: Impactos da COVID, da Guerra e da Tecnologia na Literacia Mediática; Acessibilidades e Perspetivas Inclusivas na Literacia Mediática; Transição Digital e Desafios da Literacia Mediática; Impactos dos Desenvolvimentos Tecnológicos no atual Universo Comunicacional; Novos desafios na Educação para os *Media III*.

Duas **equipas técnicas da ERC participaram como oradoras**. Maria Manuel Bastos e Vanda Calado apresentaram a comunicação **“Notícias da guerra. Literacia mediática para a informação televisiva”** na mesa dedicada aos Impactos dos Desenvolvimentos Tecnológicos no atual Universo Comunicacional. Alexandra Figueiredo e Bruna Afonso, juntamente com Sandra Oliveira e Sara Nasi, duas representantes da ONG 4Change com as quais desenvolveram o projeto europeu Team up!, apresentaram a comunicação **“Team up - media for adult education! Experiências colaborativas na transição digital”** na sessão sobre Transição Digital e Desafios da Literacia Mediática.

A Sessão Plenária IV foi dedicada ao tema da “Transição digital na educação e Literacia Mediática”.

FIG. 8 – SESSÃO PLENÁRIA IV INTITULADA “TRANSIÇÃO DIGITAL NA EDUCAÇÃO E LITERACIA MEDIÁTICA” DO VI CONGRESSO LMC



Fonte: Gabinete de Comunicação da ESCS.

O evento fechou com o Presidente do Instituto Politécnico de Lisboa, Elmano Margato, bem como com a síntese do evento proferida por Sérgio Gomes da Silva, em representação do GILM, acompanhado da Comissão Organizadora.

7 dias com os Media

Em maio de 2023, o GILM promoveu a **11.ª edição da Operação 7 dias com os Media**, que a ERC coorganizou.

FIG. 9 – IMAGEM DA EDIÇÃO 2023 DA OPERAÇÃO 7 DIAS COM OS MEDIA (CRIADA COM RECURSO A UMA MONTAGEM BASEADA EM DUAS IMAGENS GERADAS ATRAVÉS DA FERRAMENTA DALL-E)



O mediatismo assumido por algumas ferramentas como o *chatbot* ChatGPT ou o programa DALL-E serviu de estímulo à temática em foco na edição de 2023.

Com o título “**Admirável Mundo Novo da IA? O que nos dizem os algoritmos?**”, pretendeu-se estimular o debate e o pensamento crítico em torno das novas tecnologias baseadas em algoritmos de inteligência artificial, de modo a possibilitar um aprofundamento do conhecimento acerca das mesmas, bem como uma reflexão sobre as suas possíveis implicações em termos de aprendizagens e vivências.

Tal como a montagem que ilustrou a edição de 2023, o seu texto de apresentação também partiu de uma breve história escrita com recurso ao ChatGPT e editada pela equipa do GILM.

Para o convite ao debate e à partilha de projetos/iniciativas, foram sugeridas algumas questões:

- O que são algoritmos e como afetam a nossa vida diária *online* e *offline*?
- De que forma influenciam as pesquisas *online*, o funcionamento das redes sociais e outras tecnologias?
- Que impacto têm na nossa privacidade e segurança *online*?
- Como podemos evitar que nos fechem em bolhas com representações do mundo pouco diversas e, em casos mais extremados, suscetíveis de nos tornarem tendenciosos ou discriminatórios em relação a ideias, pessoas ou grupos?
- Quais os perigos de tecnologias como os *chatbots* em questões como desinformação, direitos de autor, plágio...?
- Como podemos usá-las de forma segura e responsável, consciente e criativa?

Para a dinamização da edição de 2023, foi ainda criado um conjunto de desafios sobre a temática em destaque, que podiam ser respondidos num *padlet* disponibilizado no *website* da Operação²⁰.

Um total de [21 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*.

Participação da ERC

A iniciativa apresentada nasceu de uma colaboração com a Associação de Pais e Encarregados de Educação da Paula Vicente (escola de Lisboa) e a 4Change. **“Encontros sobre os media para miúdos e graúdos - Como gerir a desinformação?”** propôs uma reflexão conjunta sobre *“fake news”* e desinformação em contexto escolar, a partir da análise de um acontecimento que teve visibilidade nos *media*, por se ter tornado viral nas plataformas digitais e ter tido impacto na vida das escolas. O acontecimento em causa foi uma **ameaça generalizada de um ataque a escolas no dia 20 de abril de 2023** difundida através das redes sociais.

VIII FILM – “Sobre produzir e realizar para cinema e televisão”

Como forma de celebrar a *Global Media Literacy Week* 2023 promovida pela UNESCO, no âmbito do GILM, decidiu-se realizar, no dia 26 de outubro de 2023, um **Fórum Informal sobre Literacia Mediática (FILM)**, o primeiro dedicado à **literacia fílmica e audiovisual**, numa parceria com o **Plano Nacional de Cinema (PNC)**.

FIG. 10 – CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO VIII FILM – “SOBRE PRODUIR E REALIZAR PARA CINEMA E TELEVISÃO”



Fonte: GILM

“3...2...1FILM! Sobre realizar e produzir para cinema e televisão” foi o título da oitava edição desta iniciativa, que assumiu um formato de *masterclass*, tendo como convidado o produtor e realizador português Manuel Pureza que, em 2023, se destacou pela visibilidade alcançada pela série *“Pôr do Sol”* e o filme *“Pôr do Sol: o mistério do colar de São Cajó”* (apresentado como prequela da série).

²⁰ Enquanto recurso pedagógico, seriam novamente utilizados no dia da Internet mais Segura 2024 em: <https://www.gilm.pt/dia-internet-mais-segura/>

Ações de sensibilização da ERC: uma experiência no alentejo

As ações de sensibilização promovidas por equipas da ERC no terreno – baseadas em metodologias de educação não formal – fazem parte do tipo de atividades de LM que o regulador tem valorizado e a que tem dado continuidade desde 2013.

FIG. 11 – CARTAZ UTILIZADO PARA PROMOÇÃO DAS AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO EM 4 LOCALIDADES ALENTEJANAS (NOVEMBRO DE 2023)



A dinamização destas iniciativas possibilita o contacto presencial e direto com os participantes e uma recolha de informações mais densa (através da observação e da aplicação de questionários), que serve de barómetro para compreender diferentes necessidades/interesses em LM.

A experiência foi implementada durante três dias²¹ junto de diferentes públicos de quatro localidades alentejanas: Avis, Mora, Pavia e Estremoz: **“Literacia Mediática – Educação não formal - Ações de sensibilização em quatro localidades alentejanas – Desinformação online, estereótipos e discurso de ódio nos media”²²**.

Em termos globais, esta experiência foi dinamizada tendo por base as seguintes linhas gerais:

- Priorizar o **contacto com seniores e adultos**²³;
- Corresponder ao interesse manifestado por duas das autarquias contactadas (Moura e Avis) em relação à **sensibilização do público escolar**. Como tal, foram também **incluídas ações em escolas**, dirigidas a alunos do 3.º ciclo, 7.º, 8.º e 9.º ano de escolaridade) e do secundário (no caso duas turmas do ensino técnico-profissional), abertas à participação de professores e outros profissionais da escola interessados;
- Abordar temáticas de atualidade que estimulem o desenvolvimento do pensamento crítico em relação aos conteúdos consumidos e partilhados (sobretudo em ambientes digitais), bem como competências relacionadas com o respeito pela igualdade e a não discriminação;
- Realizar **encontros com representantes das autarquias/outras estruturas locais com potenciais facilitadores de ações sobre temáticas de literacia mediática** (animadores socioculturais, bibliotecários, educadores, outros interessados).

O objetivo foi descentralizá-las da região de Lisboa e Vale do Tejo, tendo em consideração os alertas do estudo **“Desertos de Notícias Europa 2022 – Relatório de 2022”²⁴**.

²¹ Em termos de calendário, propôs-se que a iniciativa fosse inscrita na Global Media and Information Literacy Week, iniciativa de âmbito mundial que a UNESCO promove anualmente e que tem como principal objetivo convocar os envolvidos na promoção desta área de capacitação dos cidadãos a partilhar eventos/atividades (online e offline) de literacia mediática e a associá-las através de um registo no website da UNESCO.

²² Pelas temáticas que aborda, esta experiência está articulada com a linha de trabalho da ERC relativa à *Diversidade sociocultural nos media*.

²³ De modo a rentabilizar e aprofundar o trabalho de promoção da literacia mediática de adultos no âmbito da colaboração com o projeto europeu [TeamUp! – Media for adult education](#).

²⁴ Disponível para consulta https://mediatrust.ubi.pt/wpcontent/uploads/2022/12/desertos_noticias_europa_2022_.pdf, desenvolvido pelo MediaTrust.Lab da Universidade da Beira Interior, procurou apurar quais os concelhos de Portugal que têm comunicação social, os que não têm ou que estão numa situação de alerta, tendo por base dados disponíveis na base de dados da ERC a 31 de maio de 2022.

Considerou-se que poderia ter interesse abranger municípios alentejanos geograficamente vizinhos, com características diferenciadas em termos da presença de órgãos de comunicação social. Mora e Avis correspondendo ao que o estudo “Desertos de Notícias Europa 2022” classificou como “deserto de notícias” (vide págs. 36 e 41) e Estremoz “fora do deserto” (vide pág. 36).

No que respeita às temáticas das ações, optou-se por propor a conjugação de três já testadas em iniciativas anteriores: desinformação *online*, os estereótipos e discurso de ódio nos *media*.

FIG. 12 – REGISTOS DAS AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO REALIZADAS EM MORA, AVIS E PAVIA (NOVEMBRO DE 2023)



Escola Básica e Secundária de Mora, 27/11 (Mora)

Auditório Municipal Ary dos Santos, 28/11 (Avis)



Largo Manuel Ribeiro de Pavia, 28/11 (Pavia)

Escola EB 23 Mestre de Avis, 29/11 (Avis)

Nas ações de sensibilização, costumam ser aplicados dois questionários: um no início da atividade, onde se procura apurar o interesse/familiaridade com as temáticas e tópicos que serão abordados; outro no final, que pretende apurar a perceção dos participantes em relação à utilização futura das aprendizagens adquiridas.

Uma das estratégias seguidas na dinamização das ações passa por exercícios práticos (individuais ou em grupos), que podem incluir pequenos jogos para estimular o envolvimento da generalidade dos participantes. Neste caso, nomeadamente na dinamização da ação junto dos grupos de maior dimensão (em que a possibilidade de participação é mais afetada), os cartões vermelho e verde são distribuídos para que possam manifestar mais facilmente a sua posição em relação aos casos práticos sobre os quais se vai refletindo e debatendo.

FIG. 13 – ALGUNS MATERIAIS UTILIZADOS NAS SESSÕES DE SENSIBILIZAÇÃO



ÂMBITO INTERNACIONAL

A ERC manteve a sua participação nos principais grupos de trabalho sobre a temática promovidos pelas plataformas de reguladores a que pertence:

ERGA

A ERC integrou a equipa do grupo de trabalho dedicado à literacia mediática que, em 2023, assumiu a designação de **LM Action Group 2²⁵ (AG2)**, *Grupo de Ação 2 – Literacia Mediática* do European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA). Estiveram representadas entidades reguladoras dos 27 Estados-membros. Os trabalhos do grupo foram coordenados pelo regulador da Hungria.

Em termos de ação, o AG2 teve como objetivos:

- Facultar informação sobre as experiências e lições aprendidas com o exercício de elaboração do primeiro relatório sobre a LM;
- Facultar informação sobre o papel das entidades reguladoras na promoção e adoção de medidas para o desenvolvimento de competências de literacia mediática;
- Prosseguir o diálogo com o grupo de trabalho EMIL da EPRA, a fim de evitar duplicações de atividades e promover sinergias.

Em 2023, centrou a sua atividade na **avaliação pelas entidades reguladoras dos Estados membros do processo de produção do primeiro relatório sobre as medidas e atividades de literacia mediática desenvolvidas entre setembro de 2020 e novembro de 2022**. Ou seja, o primeiro exercício em resposta à atribuição que decorre da Diretiva UE 2018/1808 – Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA).

O resultado deste trabalho – surge sistematizado no **“ERGA Media Literacy Report 2023 Experiences on the reporting exercise pursuant to Article 33a(2) of the AVMSD”²⁶**. Do relatório sobrassem algumas conclusões:

- a maioria das entidades reguladoras considera que os relatórios nacionais possibilitam uma imagem completa da literacia mediática nos respetivos Estados-membros;
- a maioria ficou relativamente satisfeita com a forma como o exercício de elaboração dos relatórios foi tratado pelos Estados-membros;
- a maioria partilha a opinião de que o exercício de elaboração do relatório e as conclusões dele retiradas poderão induzir alterações nas políticas nacionais em matéria de literacia mediática.

Ainda no contexto do AG2 do ERGA, a ERC dinamizou um **Workshop sobre boas práticas de literacia mediática das entidades reguladoras e das empresas fornecedoras de plataformas de partilha de vídeos**.

FIG. 14 – WORKSHOP DO AG2 SOBRE PARTILHA DE BOAS PRÁTICAS (DIA 11 DE OUTUBRO 2023, BRUXELAS)



²⁵ Os termos de referência deste grupo de trabalho estão publicamente disponíveis em: https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2023/03/ERGA_AG2_2023_ToR_adopted.pdf

²⁶ Este relatório encontra-se disponível para consulta no website do ERGA: <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2024/01/AG2-ML-report-2023-final.pdf>

Representantes de três plataformas de grande dimensão – **YouTube** (Milan Zubicek), **Meta** (Nicola Aitken) e **TikTok** (Lynn Sutton) partilharam algumas das suas boas práticas. O representante do YouTube destacou o lançamento de uma campanha contra a desinformação (no caso sobre refugiados ucranianos) baseada no *prebunking* (oposto de desmascarar), uma técnica preventiva que tem como objetivo ajudar a descobrir formas de identificar desinformação. Os vídeos dessa campanha vão aparecendo ao utilizador como anúncios.

A Meta partilhou, como boa prática, o empoderamento do utilizador através da consciencialização do modo como os sistemas de AI da Meta funcionam (*AI System Cards*). Também salientou que combatem a desinformação *online* através do investimento em campanhas específicas e no apoio a verificadores de factos em toda a Europa.

Por sua vez, o TikTok salientou o trabalho realizado com *fact-checkers*, bem como o investimento da plataforma no incentivo a que os criadores de conteúdo utilizem uma etiqueta que sinalize os conteúdos criados/muito editados com recurso a inteligência artificial (conteúdo incluído na TikTok University). Foram, ainda, apresentados alguns exemplos de projetos de empoderamento de ONGs e de criadores de conteúdos.

Na apresentação realizada pela ERC, foi destacado o percurso iniciado em 2009 (fundação do GILM e decisão de mapear o campo da educação para os *media* através de um estudo solicitado à Universidade do Minho, em 2011, e de ratificar a Declaração de Braga de Literacia Mediática). Foi destacado o investimento desde 2013 em ações de sensibilização sobre temas relacionados com a atividade regulatória, bem como a participação do regulador em projetos internacionais.

Foi referido que, dos **seis princípios propostos pelo Grupo de Ação de 2021** para definir boas práticas de LM, o que mais se destaca no trabalho da ERC é o da **colaboração multissetorial** e aqueles em que a ERC poderá apostar são sobretudo a **avaliação** e o **alcance** das iniciativas.

EPRA – EMIL (EPRA Media and Information Literacy taskforce)²⁷.

A EMIL é uma *task-force* permanente da *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA) para a área de LM. É composta por cerca de 70 membros, que incluem representantes de entidades reguladoras e outras organizações empenhadas em promover a LM na Europa. O objetivo da EMIL é incentivar a coordenação e a aprendizagem, promover a criação de redes e parcerias e dar voz às redes de literacia mediática.

Em 2023, no contexto da EMIL, foi realizado o acompanhamento dos seguintes encontros virtuais:

- 5 de maio (uma sessão dedicada à relação entre a literacia mediática e a IA - promovida pela EMIL em conjunto com o grupo AI Roundtables²⁸);
- 12 de julho (essencialmente dedicado a partilha de atividades/informações dos membros);
- 18 de setembro (um *workshop* sobre avaliação de projetos de literacia mediática *online* promovido pelo Ofcom);
- 30 de novembro (dedicado a partilha de atividades/informações dos membros).

No *website* da EPRA, podem ser encontrados os resumos destes encontros²⁹. No caso do encontro de dia 5 de maio, o único que resulta de uma parceria com outro grupo de trabalho da EPRA, é possível ser revisto através de uma gravação publicamente acessível.³⁰

Aproveitando a oportunidade para a partilha de informações, foi feito o convite aos membros da plataforma para participarem no supramencionado VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, o qual resultou na deslocação de uma comitiva do regulador húngaro, na qualidade de coordenadores do acima referido Grupo de Ação 2 do ERGA.

²⁷ “EMIL - EPRA’S MEDIA LITERACY TASKFORCE - A community of media literacy actors” documento que apresenta os objetivos desta plataforma e dá a conhecer as suas principais áreas de intervenção: https://cdn.epra.org/attachments/files/4337/original/EMIL_press_file_%281%29.pdf?1677862727

²⁸ A AI Roundtables é um grupo fechado de membros da EPRA que tem o objetivo de partilhar e aprender acerca de Inteligência Artificial e regulamentação, nomeadamente sobre a utilização e o desenvolvimento de ferramentas baseadas na IA por e para os reguladores.

²⁹ 2 de março - https://cdn.epra.org/attachments/files/4338/original/10th_meeting_summary.pdf?1678725279

5 de maio - https://cdn.epra.org/attachments/files/4402/original/Summary-joint_AI_EMIL_meeting_algoliteracy_final.pdf?1687185711

12 de julho - https://cdn.epra.org/attachments/files/4407/original/EMIL_11th_meeting.pdf

18 de setembro – sumário não disponível à data do presente relatório.

30 de novembro - https://cdn.epra.org/attachments/files/4491/original/13th_EMIL_session_summary_vfinal.pdf?1704817429.

³⁰ Hiperligação para a gravação do encontro promovido a 5 de maio de 2023 em colaboração com o grupo de trabalho AI Roundtables: <https://youtu.be/G8MFmIBIVrQ?si=9fk-6Q-jr1KF39WV>

PRAI

Além da conclusão do **projeto mSchools**, em 2023, a colaboração com o grupo de Alfabetização mediática da PRAI - *Plataforma de Reguladores del Sector de Audiovisual de Iberoamerica* - incluiu um **“Mapeamento do estado da literacia mediática e informacional (AMI) nos países Ibero-americanos”**³¹, desenvolvido em parceria com o UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean.

A respeito da atividade do grupo de Alfabetização mediática da PRAI, é ainda de referir que foi realizado um trabalho em articulação com o grupo da PRAI designado “Representação de Género nos Audiovisuais”, que permitiu uma melhor integração da perspetiva de género no trabalho da literacia mediática desta plataforma.

RIRM

Em 2023, o grupo de trabalho de literacia mediática do *Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes* (RIRM/MNRA) realizou um encontro a 23 de novembro. Foi uma oportunidade para a partilha de experiências/atividades realizadas pelos diferentes países da região do Mediterrâneo e contou com a apresentação do projeto “Media Literacy Matters” do regulador de Gibraltar, destinado a todos os cidadãos, através da disponibilização de vários recursos (infografias e vídeos) que podem ser utilizados e partilhados livremente para melhorar a sua compreensão do universo digital.

31 O resultado desse trabalho pode ser conhecido na seguinte hiperligação: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390030?posInSet=1&queryId=N-EXPLORE-15f78c8a-bec9-4244-9846-6c2eaa3e32e9> -



3. OUTRAS INICIATIVAS QUE MARCARAM 2023

PROJETOS EM CONCLUSÃO

A ERC concluiu a sua parceria com dois projetos: o **“TeamUp! – Media for adult education”** – projeto europeu que privilegia a formação de formadores de literacia mediática vocacionados para trabalhar com o público adulto; e o **“mSchools – Desafio de Educação para os Media 2022/2023”**, projeto desenvolvido em parceria com o programa educativo catalão mSchools e cinco reguladores da Plataforma de Reguladores de Iberoamerica (PRAI) que teve como foco o reconhecimento e apoio à formação de professores na Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal.

Team UP! – Media for adult education

Trata-se de um projeto apoiado pela União Europeia ao abrigo do programa Erasmus + desenvolvido em quatro países: **França, Grécia, Itália e Portugal**. Em Portugal, foi coordenado pela ONG 4Change, que desafiou a ERC a colaborar, fazendo parte da equipa de formadores em literacia mediática, que teria depois a incumbência de formar novos formadores (*super trainers*) nas formações realizadas em Portugal. Além da formação realizada ainda em 2022 na Biblioteca Municipal de Belém³², no ano 2023 foram realizadas mais duas: na Biblioteca de Marvila (Lisboa) e na Fundação Eugénio de Almeida (em Évora).

FIG. 15 – SESSÃO (ABERTA À COMUNIDADE) APRESENTAÇÃO DO TEAMUP! E DOS RESPECTIVOS RECURSOS (ÉVORA, 13 DE SETEMBRO DE 2023)



A equipa da ERC voltou a dinamizar os módulos dedicados à desinformação *online*, bem como aos estereótipos e discurso de ódio nos *media*³³. A sessão de Évora foi acompanhada de uma sessão aberta à comunidade com o objetivo de dar a conhecer os objetivos gerais do projeto, bem como os recursos de apoio à formação (Fig. 17) traduzidos em cinco línguas (italiano, francês, grego, português e inglês).

Em junho, a equipa internacional do projeto reuniu-se em Lisboa para organizar uma **MIL'athon**, isto é, uma maratona de uma semana para desenvolvimento de atividades de literacia mediática (tendo como objetivo a criação de produções audiovisuais), em que participaram representantes das equipas de formadores dos quatro países. Durante o evento, os participantes apresentaram os seus produtos mediáticos, abordando o envolvimento cívico e a inclusão social, tendo sido escolhidos três projetos vencedores.

³² Informação no Relatório de Regulação de 2022 (páginas 112 a 114).

³³ Pelas temáticas que aborda, a participação neste projeto está naturalmente articulada com a linha de trabalho da ERC relativa à *Diversidade sociocultural nos media*.

No final da semana da **MIL'athon**, foi realizado o encontro **“Literacia mediática e inclusão”**, em que participou a Diretora do Departamento de Análise de *Media* e Coordenadora da Unidade de Literacia Mediática, Tânia Soares, para explicar a participação, interesse e envolvimento do regulador no projeto Teamup!, bem como para apresentar o conjunto de publicações/recursos do projeto.

FIG. 16 – PRESENÇA DA ERC NO ENCONTRO “LITERACIA MEDIÁTICA E INCLUSÃO” REALIZADO NO ÂMBITO DO TEAMUP! (16 DE JUNHO DE 2023)



FIG. 17 – RECURSOS PARA APOIAR A FORMAÇÃO EM LITERACIA DOS MEDIA E DA INFORMAÇÃO PARA FORMADORES DE ADULTOS³⁴



³⁴ Fonte: o currículo para Formação e Facilitação em Literacia Mediática pode ser descarregado em <https://mediaforinclusion.eu/the-project/curriculum-for-teaching-mil/>; o Manual de boas práticas para a formação em Literacia Mediática encontra-se acessível em <https://mediaforinclusion.eu/the-project/good-practices-for-mil-trainings/>; o Kit de Ferramentas de Literacia Mediática está disponível em <https://mediaforinclusion.eu/the-project/media-and-information-literacy-mil-toolkit/>; o documento “Dicas de comunicação: podcasts, vídeos e exposições de fotografia” pode ser descarregado em: <https://mediaforinclusion.eu/the-project/dissemination-manual/dissemination-tips-for-podcasts-videos-and-photo-exhibition/dissemination-manual/>.

Mschools – desafio de Educação para os Media (2022/2023)

O “mSchools- Desafio de Educação para os Media”³⁵ teve a conclusão da sua primeira fase no primeiro trimestre de 2023, com o reconhecimento público - durante o **Mobile World Congress (MWC) de Barcelona 2023** - das seis experiências de educação para os media, uma por cada um dos seis âmbitos geográficos do projeto (Argentina, Catalunha, Colômbia, México, Perú e Portugal), que mais se destacaram após um processo de seleção³⁶.

De notar que os reguladores envolvidos tiveram como missão coordenar o processo de divulgação do Desafio de Educação para os Media, bem como definir estratégias para obter a resposta de boas experiências. No caso de Portugal, a ERC contou com o apoio da Rede de Bibliotecas Escolares e do Direção-Geral da Educação que facilitaram a divulgação do concurso entre eventuais interessados, ou seja, os professores.

MWC 2023 – Reconhecimento público

Em março de 2023, no centro de eventos onde se realiza o MWC Barcelona, foi realizada uma mesa-redonda de reguladores, na qual participou, além da ERC, um representante do Conselho Audiovisual da Catalunha (CAC), regulador catalão e coordenador do projeto na Catalunha, e um representante do Instituto Federal de Comunicaciones (IFT), regulador e coordenador mexicano do projeto.

FIG. 18 – PROFESSORES VENCEDORES DO “MSCHOOLS – DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA 2022/2023” E MEMBROS DA EQUIPA DA ORGANIZAÇÃO DO DESAFIO



Fonte: PRAI.



Fonte: Direitos Reservados.

Essa mesa-redonda teve como objetivo salientar o compromisso das entidades reguladoras com a literacia mediática, dar visibilidade a algumas das iniciativas e salientar o compromisso do grupo de literacia mediática da PRAI com o desenvolvimento da área nas regiões iberoamericanas.

Foram apresentadas as experiências vencedoras. Por Portugal, a ERC esteve a acompanhar o **professor bibliotecário Rui Abreu, representante do projeto Onlife.com@BEMM**³⁷, dinamizado pela **Biblioteca escolar do Agrupamento Escolar Marquês de Marialva, de Cantanhede**. Recorde-se que a sua experiência foi a selecionada entre as 22 experiências educativas³⁸ que se candidataram em Portugal.

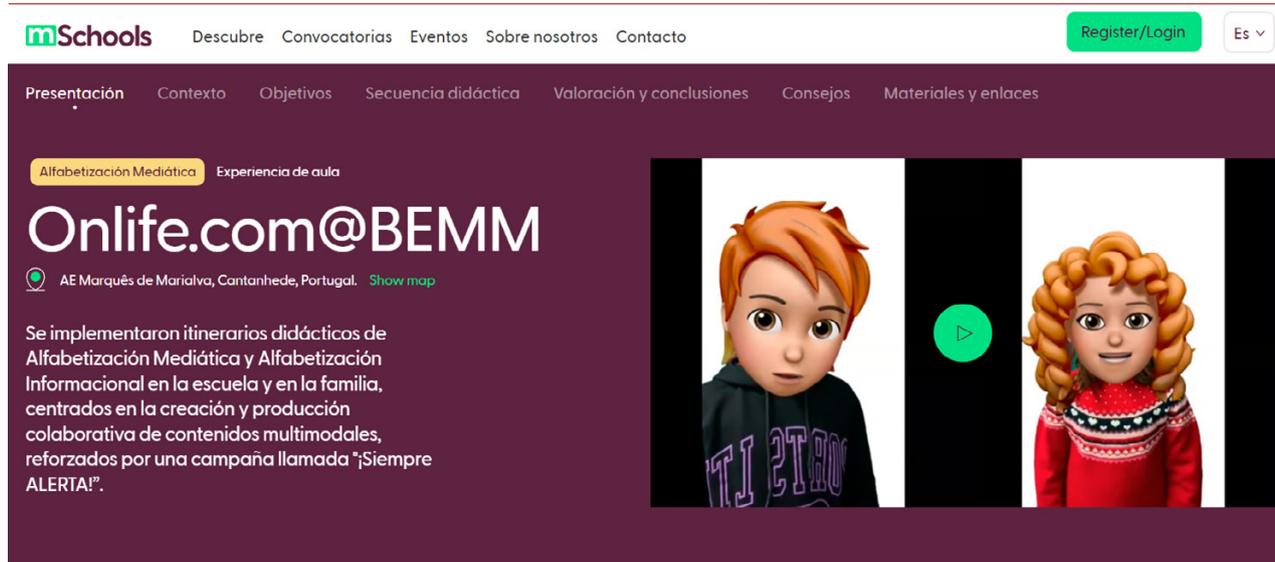
³⁵ Mais informação sobre o projeto no Relatório de Regulação 2022 (páginas 115 a 121).

³⁶ Esse processo de seleção, recorde-se, envolveu um júri composto por um representante de cada um dos seis reguladores envolvidos no projeto e um perito em literacia mediática de cada um desses âmbitos geográficos. O júri de Portugal incluiu João Pedro Figueiredo, à data vogal do Conselho Regulador da ERC e supervisor da área de literacia mediática, bem como Manuel Pinto, reconhecido investigador português associado ao CECS e à coordenação do MILObs da Universidade do Minho.

³⁷ No website do programa educativo mSchools, é apresentada em maior detalhe a experiência de educação para os media proposta pela equipa liderada pelo professor Rui Abreu e pela professora Maria da Graça Silva.

³⁸ 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>.

FIG. 19 – IMAGEM DA PÁGINA DO WEBSITE DO PROGRAMA MSCHOOLS ONDE ESTÁ DISPONIBILIZADA A EXPERIÊNCIA PORTUGUESA VENCEDORA DO “DESAFIO DE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA 2022/2023”



Fonte: website mSchools. Hiperligação para a página: <https://mschools.com/es/onlife-combemm/>.

No website do mSchools (<https://mschools.com/mschools-takes-media-education-to-mwc-barcelona-2023/>), são ainda apresentados pequenos vídeos que dão visibilidade aos professores que representaram cinco das seis experiências vencedoras.

Na segunda fase do projeto, os professores vencedores passaram a integrar um **programa de formação intensiva sobre literacia mediática** (facultado em castelhano), com o objetivo de poderem melhorar as suas competências de produção de recursos pedagógicos e desenho de experiências de educação para os *media*.

A ERC, no âmbito da coorganização do referido VI Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, apoiou a presença da equipa vencedora de professores de Cantanhede a estar presente numa mostra de projetos, de modo a dar maior visibilidade ao seu trabalho e ao desafio em que participaram. Para dar visibilidade à experiência vivida no âmbito da participação no desafio, foi ainda publicado um artigo no Boletim da Biblioteca Escolar da Escola Marquês de Marialva³⁹.

ATIVIDADES RELACIONADAS COM NOVIDADES NAS POLÍTICAS PÚBLICAS

O PNLM – ERC no Conselho Consultivo de Acompanhamento

A Resolução do Conselho de Ministros (RCM) n.º 142/2023, de 17 de novembro⁴⁰ de 2023 viria a concretizar o PNLM, estabelecendo nove linhas orientadoras, a saber:

- a) «Criar um vasto compromisso social em torno da promoção da literacia mediática, fomentando o desenvolvimento descentralizado de iniciativas e a cooperação entre atores relevantes neste domínio;
- b) Potenciar a integração eficaz da literacia mediática nos currículos escolares em todos os níveis e ciclos do ensino, bem como a agregação ou criação de programas e recursos educativos em contextos de educação não-formal e informal ao longo da vida;

³⁹ O artigo pode ser lido na seguinte hiperligação: https://aemm-cantanhede.pt/Publicacoes/Jornais/Boletim_Bibliotecas_2_P%201.pdf.

⁴⁰ O documento pode ser consultado na seguinte hiperligação do Diário da República: <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/142-2023-224427490>.

- c) c) Reforçar o envolvimento da comunidade educativa na promoção da literacia mediática, nomeadamente através de programas de formação dirigidos ao pessoal docente e não docente dos agrupamentos de escolas e escolas não agrupadas;
- d) Incentivar as iniciativas dirigidas aos segmentos da população com menores índices de literacia mediática;
- e) Fortalecer a confiança dos cidadãos na comunicação social, nomeadamente através de iniciativas que privilegiem o contacto direto com órgãos de comunicação social e respetivos profissionais;
- f) Valorizar iniciativas de literacia mediática com uma orientação prática, de proximidade e participativa;
- g) Fomentar a disponibilização de conteúdos em formatos acessíveis e adaptados a pessoas com necessidades específicas;
- h) Estabelecer boas práticas de literacia mediática nos diferentes setores da sociedade, com especial enfoque junto dos operadores do setor dos *media*;
- i) Promover a participação crítica e isenta de discurso de ódio nos diferentes fora públicos, em particular nos referentes ao panorama desportivo nacional, designadamente através de campanhas de sensibilização específicas.».

Essas linhas orientadoras acabariam por nortear a elaboração do **Plano Estratégico do PNLM 2024-2029**, que viria a ser aprovado em **março de 2024**⁴¹.

A propósito da **RCM**, é de notar que a mesma determinou a atribuição da implementação do PNLM a uma comissão interministerial (criada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 48 D/2017, de 31 de março, que aprova as linhas orientadoras para o Plano Nacional de Leitura 202), definiu as competências dessa comissão interministerial e determinou o acompanhamento da mesma por um **conselho consultivo de acompanhamento**, no qual foi incluída a **representação da ERC**, a par de mais 16 entidades e cinco especialistas. A RCM também define as competências desse conselho consultivo.

Ainda a respeito do PNLM, é de notar que, em julho de 2023, foi criado um grupo de trabalho interno no Grupo Informal sobre Literacia Mediática especificamente destinado a refletir sobre as possibilidades de existência de um plano exclusivamente dedicado à promoção da literacia mediática em Portugal e a apresentar propostas/reflexões relativamente ao mesmo, o que viria a acontecer através do envio de um documento partilhado com a equipa ministerial que se encontrava a trabalhar na preparação do Plano Nacional de Leitura 2027, futuros responsáveis pela coordenação do PNLM.

FIG. 20 – IMAGEM DA CAPA DO 1.º RELATÓRIO SOBRE MEDIDAS E ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA EM PORTUGAL ELABORADO PELA ERC AO ABRIGO DA DSCSA



⁴¹ Disponível na seguinte hiperligação: https://www.pnl2027.gov.pt/np4/file/3766/PLANO_ESTRAT_GICO_LITERACIA_MEDI_TICA_24.pdf.

1.º Relatório da Avaliação de Competências de Literacia Mediática

A ERC deu cumprimento, a uma das novas **competências do regulador nesta área** introduzida na versão revista em 2020 da **Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP)**⁴², artigo 93.º A (Literacia Mediática):

«A ERC, até 30 de novembro de 2022 e, posteriormente, de três em três anos, publica no seu sítio na Internet e remete ao membro do Governo responsável pela área da comunicação social, para que este diligencie o seu envio à Comissão Europeia, relatório relativo à evolução das competências em literacia mediática em Portugal.»

“Literacia Mediática em Portugal – 1.º Relatório ao abrigo do n.º 2 do artigo 33.º A da Diretiva (UE) dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual”⁴³ é o produto final do primeiro processo de recolha e sistematização de informação sobre o estado da literacia mediática em Portugal realizado pela ERC ao abrigo das novas competências. Publicado em maio de 2023, nele se reporta sobre medidas e atividades de promoção e desenvolvimento de competências de LM desenvolvidas entre setembro de 2020 e outubro de 2022.

O documento procurou seguir os tópicos previstos nas orientações da Comissão Europeia: Medidas jurídicas/políticas para promoção/desenvolvimento de competências de LM; Medidas Organizativas; Financiamento público e outros mecanismos de financiamento da Literacia Mediática; Atividades de participação, sensibilização e formação em LM, Medidas e Métodos de Avaliação; Considerações Finais.

Quanto ao conteúdo, a introdução contextualiza a literacia mediática no âmbito da DSCA, fazendo-se referência ao processo de transposição da mesma em Portugal, bem como às alterações que a mesma introduziu na LTSAP, as quais determinaram a atribuição à ERC da responsabilidade de publicação do relatório, e a competência de acompanhar as novas obrigações previstas nesta área para o serviço público de televisão e para os fornecedores de plataformas de partilha de vídeos (PPV) sediados em território nacional. Nas considerações finais, é feito um resumo das conclusões que mais se destacaram em resultado deste primeiro exercício e é apresentada uma tabela síntese que faz uma autoavaliação/balanço em relação à informação solicitada nas orientações da CE e a que se julga ter sido alcançada.

Publicação da versão atualizada do Referencial de Educação para os media

Em dezembro de 2023, foi tornada pública a **versão revista e atualizada do Referencial de Educação para os Media**⁴⁴. A ERC, a convite da Direção-Geral da Educação (DGE), integrou o grupo de 14 instituições/peritos convidados para acompanhar este **processo de revisão/atualização**, que foi liderado pelos investigadores Sara Pereira, Manuel Pinto e Eduardo Jorge Madureira do Observatório Media, Informação e Literacia (MILObs), em coordenação com uma equipa da DGE. Esta nova versão passou a ser o documento de **referência para a educação para os media destinadas aos ciclos de ensino que compõem a escolaridade obrigatória (pré-escolar, básico e secundário)**.

Conforme a DGE refere no seu website *«trata-se de um documento de natureza flexível que pode ser usado em contextos formais, não-formais ou informais, no seu todo ou em parte, em particular no âmbito da “Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania”, através da componente de Cidadania e Desenvolvimento, tendo em vista contribuir para a formação de cidadãos dotados de pensamento crítico, socialmente ativos e participativos, tal como também é preconizado no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória»*. E acrescenta: **«Este documento poderá igualmente ser utilizado como instrumento de trabalho por outras organizações públicas ou privadas com interesse em intervir no domínio dos Media, no âmbito, entre outros, da produção de recursos educativos e da formação de docentes»**.

⁴² A LTSAP, Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, foi alterada pela Lei n.º 74/2020, de 19/11, que, pela primeira vez, introduz deveres/atribuições relacionadas com a literacia mediática no diploma que serve de base legal à atividade do setor audiovisual em Portugal. A alteração a esta lei, recorde-se, decorre do processo de transposição da [Diretiva UE 2018/1808](#). Recorde-se que, entre as grandes novidades introduzidas, está a atribuição de competências na área da literacia mediática ao serviço público de televisão, às plataformas de partilha de vídeos (PPV) sediadas em território nacional, bem como a salvaguarda do cumprimento dessas novas atribuições à ERC.

⁴³ Disponível para consulta no website da ERC em: <https://www.erc.pt/download.php?fd=13092&l=pt&key=dd5cd9a3436e416d786e79a946653f2a>. Esta versão também se encontra disponível no próprio website da CE, onde estão publicados os relatórios dos diferentes Estados-membros: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/national-reports-media-literacy-measures-under-audiovisual-media-services-directive-2020-2022>

⁴⁴ A nova versão do Referencial de Educação para os Media está disponível para consulta em: https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/Noticias_documentos/referencial-e-pm-versaoatualizada-dez2023_11dez.pdf.

FIG. 21 – IMAGEM DA CAPA DO 1.º RELATÓRIO SOBRE MEDIDAS E ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA EM PORTUGAL ELABORADO PELA ERC AO ABRIGO DA DSCSA



Os **oito temas** que estruturam esta nova versão são: 1) “*Media*, informação e atualidade”; 2) “Tipos e linguagens dos *media*”; 3) “Acessos, usos e práticas mediáticas”; 4) “Criação, produção e participação”; 5) “Liberdade e ética”; 6) “Ficção e Entretenimento”; 7) “Propaganda, Publicidade e Marcas”; 8) “Empresas e profissionais”.

Como sugestão de **subtemas** a abordar, sobressaem algumas **novidades que se evidenciam pela sua atualidade**. No âmbito do tema “*Media*, informação e atualidade”, são recomendados os subtemas desinformação e notícias falsas, *infotainment* (infoentretenimento), inteligência artificial e os estereótipos nos *media* ganharam maior visibilidade enquanto subtema; no tema “Acessos e usos e práticas mediáticas” passamos a encontrar o subtema Economia da atenção; o tema “Empresas e profissionais” passou a incluir os subtemas Modelos de negócio dos *media* e das plataformas digitais e o subtema Diversidade, pluralismo, transparência e concentração dos *media*. Compreende-se o potencial do referencial como referência para a própria ERC ao possibilitar uma intervenção mais estruturada e articulada com as necessidades previstas em termos curriculares para os públicos escolares em ciclos de ensino da escolaridade obrigatória.

Outras iniciativas

Em Lisboa foi dinamizada uma **aula aberta** sobre “**Acesso a informação, fake news e democracia**”. A sessão foi promovida pelo Instituto Superior de Educação e Ciências (ISEC) de Lisboa e aberta aos professores e alunos da Escola de Educação e Desenvolvimento Humano e da Escola de Comunicação, Artes e Indústrias Criativas.

Os contactos com a academia em 2023, também se traduziram na colaboração com três pesquisas universitárias, duas de investigadores brasileiras e uma de uma investigadora grega.

Em resposta a um convite da **Direção-Geral dos Livros, Arquivos e Bibliotecas (DGLAB)**, a ERC integrou o grupo de instituições convidadas para apresentar o seu trabalho no **16.º Encontro da Rede Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP)**, que se realizou em Ferreira do Zêzere. Com o mote “**As (novas) missões das bibliotecas públicas – Para que serve uma biblioteca pública, hoje?**”, a ERC foi convidada a participar na mesa-redonda intitulada “**As Novas Literacias em Bibliotecas Públicas**”.

Dado o ângulo da iniciativa, bem como o **público-alvo - essencialmente responsáveis/técnicos de bibliotecas municipais**, a apresentação da ERC foi estruturada em **três partes**: a primeira sobre “A Literacia Mediática na missão da ERC”, a segunda sobre “Projetos de LM da ERC com envolvimento de bibliotecas”, a terceira sobre “Literacias e Bibliotecas”.

Foi destacado o novo contacto com a Rede de Bibliotecas de Lisboa no âmbito do projeto “[Team- Up - Media for adult education](#)”. Neste projeto, a Rede de Bibliotecas de Lisboa disponibilizou os seus espaços para acolher as ações de formação informais e uma representante da Biblioteca de Marvila realizou a formação para se tornar dinamizadora de ações.

Seguiu-se um debate com a representante do INCoDe.2030, o dinamizador da sessão (em representação da DGLAB e da RNBP) e a audiência presente. Foi enfatizado o facto de a maioria do trabalho realizado pelas bibliotecas municipais se circunscrever ao que é realizado com o público escolar, sendo desejável a abertura de iniciativas destinadas ao público em geral e a públicos específicos. Nesse sentido, foi corroborada pelas oradoras as condições únicas das bibliotecas públicas para esse efeito, pela relação privilegiada com as comunidades locais, bem como pela oportunidade de colaboração com projetos dinamizados por outras instituições que desempenhem missões de serviço público, como é o caso quer da ERC, quer da INCoDe.2030.

FIG. 22 – MESA-REDONDA COM A ERC E O PROGRAMA INCODE 2030. 16.º ENCONTRO DA RNBP (NOVEMBRO DE 2023)



Fonte: DGLAB.

A ATIVIDADE CONTRAORDENACIONAL DA ERC – BREVE SÍNTESE



1. VISÃO GLOBAL

No que concerne ao poder contraordenacional, 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.

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.

O presente capítulo apresenta os aspetos fundamentais da atividade contraordenacional da ERC desenvolvida em 2023.

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.

³ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, na redação operada pela Lei n.º 109/2001, de 24 de dezembro.

⁴ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, na redação operada pela Lei n.º 52/2023, de 28 de agosto.

2. PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO DECIDIDOS E ABERTOS EM 2023

Em 2023, o Conselho Regulador da ERC adotou 442 Deliberações⁵ relativas a autorizações, processos de contraordenação, conteúdos, direito de resposta, direito dos jornalistas, licenças, obrigações de programação, pareceres, pluralismo, registos, publicidade, sondagens, transparência e outros (Cf. Figura 1).

FIG. 1 – COMPARATIVO ENTRE DECISÕES PROFERIDAS EM PROCESSO CONTRAORDENACIONAL NOS ANOS 2022 – 2023

	2021	2022	TOTAL
Decisão em Processo Contraordenacional	21	32	53

*Fonte: base de dados interna da ERC

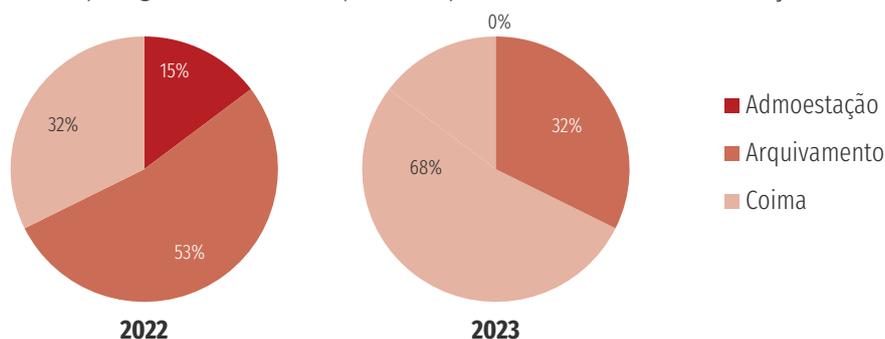
Do total de 442 Deliberações aprovadas no ano de 2023, mencionado na Figura 1, 32 dessas Deliberações correspondem a Decisões finais proferidas no âmbito de procedimentos contraordenacionais, o que representa 7 % do total das Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2023. Tais Decisões respeitam a processos cuja abertura foi iniciada em anos anteriores, mas a respetiva conclusão ocorreu durante o ano de 2023.

A juntar a estas Decisões finais, o Conselho Regulador da ERC adotou 2 Informações de arquivamento (não prosseguimento do processo), o que dá um total de 34 processos de contraordenação concluídos em 2023, dos quais 23 resultaram na aplicação de coima (68 %) e 11 processos foram arquivados (32 %), como se observa na Figura 2.

FIG. 2 – DISTRIBUIÇÃO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO POR TIPO DE SANÇÃO APLICADA NOS ANOS 2022-2023 (ANO DE DECISÃO)

	2022	2023	TOTAL
Arquivamento	18	11	29
Admoestação	5	0	5
Coima	11	23	34
TOTAL	34	34	68

Tipologias de decisão aplicadas processos de contraordenação



⁵ Nesse ano, o Conselho Regulador da ERC aprovou 467 deliberações, sendo que 442 correspondem ao encerramento formal de processos apreciados e 25 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).

Em comparação com o ano de 2022, em 2023 verificou-se um aumento bastante significativo das Decisões de aplicação de coima (109 %). Por seu turno, as Decisões de arquivamento do processo contraordenacional (não aplicação de qualquer sanção) tiveram uma diminuição de 39 % face ao ano anterior. Em 2023, não foi aplicada a sanção de Admoestação.

O valor das coimas aplicadas pela ERC e o produto das custas processuais cobradas em processos contraordenacionais constituem receitas próprias⁶.

Em 2023, o Conselho Regulador da ERC deliberou a aplicação de 23 coimas no valor global de 408 448,78 euros, conforme se indica na tabela seguinte.

FIG. 3 – DELIBERAÇÕES COM APLICAÇÃO DE COIMAS, EM 2023

ID Deliberação	Data Deliberação	Coima
ERC/2023/5 (OUT-TV-PC)	04-01-2023	45 000,00 euros
ERC/2023/23 (DR-NET-PC)	11-01-2023	2000,00 euros
ERC/2023/37 (PROG-TV-PC)	18-01-2023	25 000,00 euros
ERC/2023/61 (PUB-I-PC)	08-02-2023	500,00 euros
ERC/2023/84 (DR-I-PC)	15-02-2023	1000,00 euros
ERC/2023/88 (REG-I-PC)	01-03-2023	300,00 euros
ERC/2023/100 (DR-I-PC)	01-03-2023	1500,00 euro
ERC/2023/115 (DR-NET-PC)	08-03-2023	1000,00 euros
ERC/2023/124 (OUT-PC)	01-02-2023	350 000,00 euros*
ERC/2023/137 (PUB-I-PC)	13-04-2023	2500,00 euros
ERC/2023/183 (REG-I-PC)	27-04-2023	3200,00 euros
ERC/2023/223 (PROG-TV-PC)	06-06-2023	7000,00 euros
ERC/2023/240 (REG-I-PC)	21-06-2023	249,39 euros
ERC/2023/245 (PUB-TV-PC)	27-06-2023	40 000,00 euros
ERC/2023/268 (REG-R-PC)	12-07-2023	250,00 euros
ERC/2023/270 (CONTJOR-I-PC)	12-07-2023	5000,00 euros
ERC/2023/302 (PUB-NET-PC)	17-08-2023	1500,00 euros
ERC/2023/307 (TRP-MEDIA-PC)	23-08-2023	16 700,00 euros
ERC/2023/378 (DR-I-PC)	18-10-2023	2000,00 euros
ERC/2023/385 (PLU-NET-PC)	25-10-2023	6000,00 euros
ERC/2023/388 (OUT-TV-PC)	25-10-2023	70 000,00 euro
ERC/2023/422 (REG-I-PC)	22-11-2023	249,39 euros
ERC/2023/456 (DR-I-PC)	12-12-2023	2500,00 euros

* Suspensa em metade (valor de 175 000,00 euros) pelo período de dois anos mediante a prestação de caução de boa conduta no valor de 250 000,00 euros.

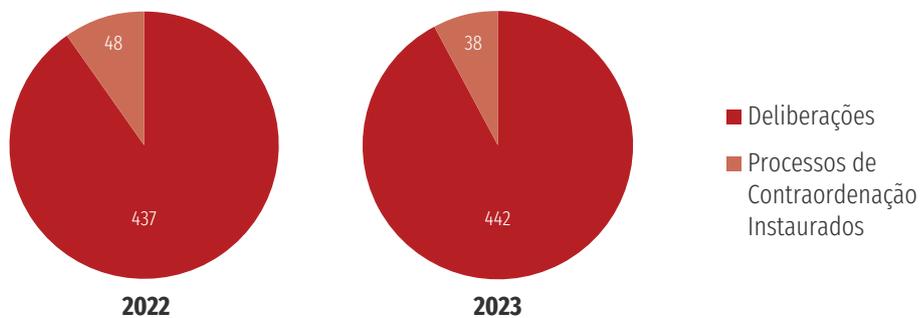
Não obstante o valor aplicado em coimas, importa ter em consideração que, por força da impugnação judicial da Decisão condenatória, este valor pode ser objeto de redução pelo tribunal. Por esta razão e por outras vicissitudes (por exemplo, pagamento da coima em prestações ou aplicação do instituto de suspensão da coima), a receita efetivamente cobrada durante o ano de 2023 é substancialmente menor do que o valor global aplicado pelo Conselho Regulador.

⁶ Artigo 50.º, alínea d), dos Estatutos da ERC.

No que respeita à abertura de processos de contraordenação, em 2023 registou-se um decréscimo significativo de 21 %, no número de processos instaurados comparativamente ao ano de 2022, conforme se observa na Figura 4.

FIG. 4 – COMPARATIVO DE PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO ABERTOS NOS ANOS 2022-2023

Processos de contraordenação	2022	2023	TOTAL
	48	38	85



* Fonte: base de dados interna da ERC



3. IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

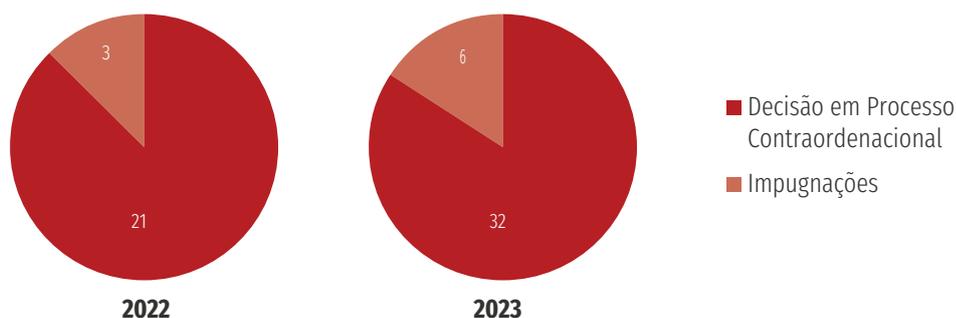
Quanto ao recurso de impugnação judicial da Decisão de aplicação de coima, o tribunal com competência especializada e territorial de âmbito nacional para conhecer das questões relativas a recurso, revisão e execução das decisões, despachos e demais medidas determinadas em processos de contraordenação 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, no ano de 2023, duplicou o número de Decisões que foram objeto de impugnação judicial, face ao ano anterior.

FIG. 5 – DECISÕES IMPUGNADAS POR ANO 2022- 2023

Decisões impugnadas	2022	2023	TOTAL
	3	6	9



* Fonte: base de dados interna da ERC

4. CONCLUSÕES

Em 2023, a ERC decidiu 34 processos de contraordenação (o mesmo valor do ano anterior), dos quais 23 processos (68 %) terminaram com a aplicação de coima num montante global de 408 448,78 euros.

Além dos 23 processos em que foram aplicadas coimas, 11 dos processos foram arquivados (32 %).

Comparativamente com os anos anteriores, o número de processos de contraordenação, objeto de impugnação judicial, tem vindo a aumentar.

Durante o ano de 2023, a ERC procedeu à instauração de 38 novos processos de contraordenação (menos 21 % do que no ano anterior).

The background features a light gray, wavy, grid-like pattern that flows across the page. The grid lines are thin and closely spaced, creating a subtle texture. The overall color palette is soft and minimalist, with the text in a muted red color.

VOLUME I

OS MEIOS

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO



1. VISÃO GLOBAL

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) compete verificar e fiscalizar o cumprimento das obrigações previstas na [Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto](#), com as alterações introduzidas pelas Leis n.º 2/2020, n.º 75-B/2020 e n.º 19/2023, relativas às campanhas de publicidade institucional do Estado, bem como a aplicação da percentagem de investimentos destinados a órgãos de comunicação local e regional por campanha.

Estão abrangidas pela referida lei as ações de publicidade da iniciativa das seguintes entidades:

- a) Assembleia da República, bem como os órgãos e entidades que funcionam junto desta;
- b) Serviços da administração direta do Estado;
- c) Institutos públicos;
- d) Entidades administrativas independentes, exceto a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social;
- e) Entidades que integram o setor público empresarial.

As despesas de aquisição de publicidade institucional do Estado devem ser comunicadas pelas entidades promotoras em cada campanha, através do Portal PIE-ERC.

A comunicação deve ser efetuada até 15 dias antes do final da campanha, acompanhada da apresentação da respetiva documentação de suporte.

De acordo com o n.º 1, do artigo 11.º do referido diploma, a ERC elabora um relatório mensal das campanhas de publicidade institucional, divulgado no *site* da ERC em: <https://www.erc.pt/pt/publicidade-institucional-do-estado>.

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-ERC, através do qual as entidades promotoras comunicam as despesas de aquisição de publicidade em cada campanha que promovem, com indicação do investimento realizado por órgão de comunicação social.

As entidades devem ainda fazer acompanhar a comunicação da adequada documentação de suporte for forma a comprovar a validade da despesa realizada. No ano 2023, foram comunicadas **103 campanhas** de publicidade institucional do Estado, promovidas por **33 entidades**.

Os investimentos comunicados atingiram o montante global de **4 041 024,64 euros**, dos quais **1 290 621,77 euros** foram destinados a meios de comunicação social de **âmbito regional/local**, o que corresponde a um valor percentual de **31,9 %** da verba global comunicada pelas entidades. Esta percentagem situa-se em cerca de 7 pontos percentuais acima da quota de 25 % prevista na lei.

Segundo a informação apresentada pelas entidades que comunicaram campanhas, cerca de **30 campanhas** foram distribuídas através de agências de publicidade, o que indica a presença da mediação de agências em cerca de **32 % das campanhas**, que envolveram um montante expressivo, cerca de **3 milhões e 485 mil euros, o que corresponde a 86 % dos investimentos comunicados à ERC**.

Em comparação com os dados de 2022, em que foram comunicadas 112 campanhas, verifica-se um decréscimo do número de campanhas comunicadas em 2023, **menos 9 (nove)**.

Por sua vez, o investimento comunicado em **2023 refletiu uma quebra expressiva de cerca de 2,42 milhões de euros** em relação ao ano anterior, em que o montante comunicado atingiu **6,46 milhões de euros**.

Os investimentos regionais/locais, como seria previsível, também obtiveram investimentos muito inferiores aos do ano anterior, registando uma quebra de cerca de 1 milhão e 93 mil euros, a qual foi particularmente expressiva no meio Rádio que obteve menos cerca de 703 mil euros face a 2022, seguindo-se a Imprensa com menos 317 mil euros.

Importa, a este propósito, referir que, desde a entrada em vigor da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, a ERC tem vindo a integrar no conjunto das despesas de publicidade a publicidade em meios de divulgação que não se qualificam como meios de comunicação social e cujos investimentos publicitários se incluem no cálculo global para apuramento da quota de 25 %, que deve ser destinada aos OCS regionais e locais.

Assim, os valores comunicados no 1.º e 2.º trimestre de 2023 ainda contemplaram publicidade adquirida em meios que não se enquadram no conceito de órgãos de comunicação social, designadamente Plataformas Digitais (partilha de vídeo ou outros conteúdos), Redes Sociais, *Sites*, *Blogs*, *Vlogs*, *Influencers*, *Mupis*, *Multibanco*, entre outros.

No entanto, no âmbito da auditoria do TdC à ERC, este Tribunal recomendou a alteração desta prática (Relato de Auditoria do Tribunal de Contas sobre a aplicação da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto - ff 31-34), entendendo que as despesas publicitárias comunicadas pelas entidades não deveriam abranger a publicidade realizada em meios que não são considerados órgãos de comunicação social, uma vez que não constituem objeto da lei.

Este entendimento passou a ser aplicado pela ERC a partir do 3.º trimestre de 2023, sendo certo que as repercussões serão mais visíveis em 2024, face à tendência crescente para adquirir publicidade neste tipo de meios. De facto, os investimentos comunicados à ERC nos referidos meios atingiram, entre janeiro e setembro de 2023, cerca de **324 mil euros**.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

As regras e os deveres de transparência a que ficam sujeitas as 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, com as alterações introduzidas por: Lei n.º 2/2020; Lei n.º 75-B/2020; Lei n.º 19/2023.

À Entidade Reguladora para a Comunicação Social 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.

Nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do diploma em apreço (Deveres de comunicação e transparência), «[a] aquisição de espaço publicitários (...) deve ser comunicada pela entidade promotora à ERC até 15 dias antes do final da campanha, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte».

No âmbito da aplicação da norma será de salientar que a documentação de suporte disponível no momento da comunicação não integra os comprovativos de pagamento da aquisição da publicidade, o que implica a necessidade completar a documentação em fase posterior e provoca a dilação do período que decorre entre a comunicação pelas entidades e a validação da ERC.

Acresce ainda que a proibição prevista no n.º 2 do artigo 10.º - «[n]ão é permitido o pagamento das campanhas de publicidade institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC (...)» -, reforça a necessidade de um período adequado de tempo para as entidades apresentarem à ERC a necessária documentação.

Esta situação provoca atrasos no pagamento da publicidade aos OCS, que, nos casos de adjudicação da campanha a agência de publicidade, se torna mais complexa uma vez que envolve, não raras vezes, para além da empresa contratada (agência de meios), a subcontratação de empresas tais com centrais de compras, em particular para aquisição de publicidade em meios regionais e locais.

As entidades que realizam campanhas de PIE têm ainda a obrigação de distribuir os investimentos publicitários por forma a contemplar os meios regionais e locais, destinando a este tipo de meios «*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 €*», nos termos do n.º 1 do artigo 8.º.

Importa ainda referir a regra adicional contida no n.º4 do mesmo artigo, que indica como deve ser distribuída tendencialmente essa percentagem, desde que «adequado aos fins da campanha»:

- a) Imprensa: 7 %;
- b) Rádio: 6 %;
- c) Televisão: 6 %;
- d) Órgãos de comunicação social digitais: 6 %

A atual lei (em vigor a partir de 31 de maio de 2023) veio atribuir à ERC competências sancionatórias, inexistentes na anterior lei, através da introdução de um regime sancionatório que prevê a aplicação de coimas, designadamente:

«1- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 7.º é punida com coima de 1000 a 15 000 (euro).

2- A violação do disposto no n.º 1 do artigo 8.º e do disposto nos n.ºs 1 e 2 do artigo 9.º -A é punida com coima de 2500 a 25 000 (euro) (...)»

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.

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 incide sobre os investimentos de publicidade institucional do Estado, comunicados através da plataforma digital da ERC, no ano 2023, e a sua conformidade com os deveres previstos na norma aplicável à publicidade institucional do Estado.



3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

No ano 2023, foram comunicadas campanhas de PIE por parte de **33 entidades**, atingindo um total de **4 041 024,64 euros**, dos quais **1 290 621,77 euros** foram distribuídos por OCS de âmbito regional/local.

Na figura 1, são detalhados os investimentos totais realizados por entidade, bem como os investimentos afetados a OCS de âmbito regional/local.

FIG. 1 – INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES EM 2023

Entidades promotoras de campanhas	Campanhas (n.º)	Investimento global	Investimento Regional/Local
Agência para o Desenvolvimento e Coesão	1	4950,00 €	0,00 €
Centro de Recrutamento da Força Aérea	3	168 939,98 €	44 076,23 €
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	1	5000,00 €	1 500,00 €
Secretaria- Geral do Ministério da Justiça	3	546 170,75 €	166 856,64 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	579 608,31 €	231 317,09 €
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	1	1890,00 €	0,00 €
Centro Hospitalar Cova da Beira	5	10 290,00 €	900,00 €
Laboratório Nacional de Energia e Geologia (LNEG)	9	8964,25 €	0,00€
Direção-Geral da Saúde	2	131 331,95 €	52 171,64 €
Direção Regional de Cultura do Alentejo	1	17 472,00 €	17 472,00 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	488 254,46 €	156 266,03 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	6	544 457,33 €	197 490,88 €
OPART - Organismo de Produção Artística	3	44 976,42 €	22 350,35 €
Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I.P.	2	6507,00 €	0,00 €
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	227 759,81 €	66 991,40 €
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	3	86 464,55 €	27 072,17 €
EPAL	2	9760,00 €	1950,00 €
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	2	1930,00 €	0,00€
Instituto da Segurança Social	3	159 188,41 €	42 133,04 €
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	2	35 091,75 €	10 670,51 €
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	1	243 883,37 €	62 133,28 €
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	5	70 403,91 €	25 345,00 €
Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	1	9990,00 €	9990,00 €
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	1	30 910,20 €	18 350,58 €
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	3	5765,68 €	5765,68 €
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	250 782,54 €	63 205,61 €
Centro Hospitalar de Leiria	3	1902,50 €	1902,50 €
Águas da Região de Aveiro	4	23 552,97 €	23 552,97 €
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	13	191 412,40 €	0,00€
Infraestruturas de Portugal	1	61 713,26 €	17 824,99 €
MOBLE	13	46 739,00 €	9190,00 €
Centro Hospitalar do Oeste	2	2263,40 €	2263,40 €
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	2	22 698,44 €	11 879,78 €
Totais	103	4 041 024,64	1 290 621,77 €



4. INVESTIMENTOS COMUNICADOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

As campanhas de PIE podem ser adjudicadas 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 (...)».

Deste modo, a lei remete para as entidades a responsabilidade das entidades promotoras o acompanhamento da efetiva concretização do investimento publicitário e da transparência e legalidade dos procedimentos.

Em 2023, foram comunicadas 103 campanhas, por um total de 33 entidades, sendo que 17 entidades contrataram agências de publicidade para a realização de 30 campanhas, o que corresponde a cerca de 29 % da totalidade das campanhas.

O montante envolvido na aquisição de espaço publicitário através de agências atingiu no período em análise cerca de **3 milhões e 500 mil euros**, o que corresponde a **86,2 % do total comunicado em PIE**, sendo de salientar que as entidades recorreram a agências no âmbito das campanhas de maior dimensão, quer no número de OCS, quer no investimento envolvido.

FIG. 2 – INVESTIMENTOS COM INTERVENÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Entidades promotoras de campanhas	Campanhas c/ agência (n.º)	Investimentos de campanhas c/ agência
Centro de Recrutamento da Força Aérea	1	57 417,12 €
Secretária-geral do Ministério da Justiça	3	546 170,75 €
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	1	579 608,31 €
Direção-Geral da Saúde	2	131 331,95 €
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional	2	488 254,46 €
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	6	544 457,33 €
Águas de Portugal, SGPS, S.A.	1	227 759,81 €
Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	2	84 841,45 €
Instituto da Segurança Social	2	147 898,41 €
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	1	19 998,75 €
SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	1	243 883,37 €
Secretaria- Geral da Educação e Ciência	2	46 510,21 €
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	1	30 910,20 €
Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	1	250 782,54 €
Infraestruturas de Portugal	1	61 713,26 €
MOBIE	1	750,00€
AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	2	22 698,44 €
Totais	30	3 484 986,36 €

A agência Nova Expressão teve uma intervenção significativa na execução de campanhas de PIE, tendo-lhe sido adjudicadas 16 campanhas com um valor global de 2 169 722,13 euros.

O montante distribuído pela referida agência corresponde a mais de 70 % da totalidade das campanhas distribuídas através de agências e a cerca de 54 % da totalidade do investimento em PIE comunicado à ERC.

A agência que se posicionou em segundo lugar na realização de campanhas de PIE, de acordo com os dados comunicados pelas entidades, foi a MEDIA GATE, que teve intervenção na distribuição de investimentos publicitários de cerca de 900 mil euros.

5. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES

De acordo com o n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «[d]eve 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 período em apreço foram comunicadas **44 campanhas que envolveram investimentos iguais ou superiores a cinco mil euros** e se encontram abrangidas pelo dever de afetação em OCS regionais/locais.

O investimento total por campanha oscilou entre **5000 euros e 579 608 euros**, já os investimentos em meios regionais/locais, situaram-se entre **1500 euros e 231 317 euros**.

Não se registaram casos de incumprimento do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Os investimentos em meios regionais e locais foram, na generalidade dos casos, superiores ao mínimo previsto na lei, sendo de destacar **10 campanhas** nas quais o investimento neste tipo de meios foi **superior a 50 %** do total investido e **5 campanhas** em que o investimento foi **exclusivamente destinado aos OCS Regionais/Locais**.

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5MIL EUROS

Campanha	Entidade	Investimento (€)	Investimento Regional/Local (€)	Investimento Regional/Local (%)
Acreditamos no Valor das Pessoas	SG Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social	5000,00	1500,00	30,00
Campanha A AdRA resolve	Águas da Região de Aveiro, S.A.	6299,00	6299,00	100,00
Beba água da torneira, a escolha certa	EPAL	7680,00	1950,00	25,39
Resultados POCH (30.06.2023)	SG Educação e Ciência	9393,70	3800,00	40,45
Resultados do POCH (31.03.2023)	SG Educação e Ciência	9510,00	4260,00	44,79
PEPAC Portugal 2023-2027	Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP)	9990,00	9990,00	100,00
Os desafios da mobilidade	AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	10 103,37	3445,71	34,10
Temporada Teatro São Carlos e Companhia Nacional de Bailado	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	10 172,00	2600,00	25,56
Agenda do Trabalho Digno	Instituto da Segurança Social, I.P.	11 290,00	3900,00	34,54
Conferência - Contratos de serviço público de transporte de passageiros	AMT - Autoridade da Mobilidade e dos Transportes	12 595,07	8434,07	66,96
Academia da Força Aérea2023	Centro de Recrutamento da Força Aérea	12 956,14	3485,14	26,90
Campanha de Promoção do Polvo	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	14 700,00	3700,00	25,17
Agenda do Trabalho Digno	Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	15 093,00	5600,00	37,10
1 Clique 50 cêntimos	Águas da Região de Aveiro, S.A.	15 839,82	15 839,82	100,00
Resultados do POCH 31.12.2022	SG Educação e Ciência	15 888,75	5510,00	34,68
Divulgação de projetos da Companhia Nacional de Bailado	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	16 333,29	8279,22	50,69
Agenda Cultural da Região Alentejo	Direção Regional de Cultura do Alentejo	17 472,00	17 472,00	100,00

FIG. 3 – CAMPANHAS COM INVESTIMENTO TOTAL IGUAL OU SUPERIOR A 5 MIL EUROS

Campanha	Entidade	Investimento (€)	Investimento Regional/Local (€)	Investimento Regional/Local (%)
Divulgação projetos Teatro Nacional de São Carlos	OPART - Organismo de Produção Artística, E.P.E.	18 471,13	11 471,13	62,10
Programa Avançar	Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.	19 998,75	5070,51	25,35
Medicação crónica	Direção-Geral da Saúde	22 342,67	10 187,83	45,60
Resultados do POCH (31.12.2021)	SG Educação e Ciência	30 621,46	11 775,00	38,45
Eleição da Assembleia Legislativa Madeira – 2023	SG Ministério da Administração Interna	30 910,20	18 350,58	59,37
Campanha "Dê Prioridade à Vida" - Segunda edição	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	33 100,00	33 100,00	100,00
Regime de contrato1 2023 Curso de Formação de Oficiais e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	57 417,12	14 423,46	25,12
Campanha de segurança em passagens de nível	Infraestruturas de Portugal, SA	61 713,26	17 824,99	28,88
App Creche Feliz - Rede de Creches Gratuitas	Instituto da Segurança Social, I.P.	65 971,40	16 924,21	25,65
Campanha de Promoção do Pescado "Nada Melhor"	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	70 141,45	21 749,07	31,01
Campanha de Natal 2022 "O melhor presente é estar presente"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	73 429,83	18 984,95	25,85
Acolhimento Familiar	Instituto da Segurança Social, I.P.	81 927,01	21 308,83	26,01
Páscoa 2023 "Dê Prioridade à Vida"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	85 251,06	22 151,09	25,98
Ano Novo 2023 "O melhor presente é estar presente"	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	87 244,75	22 304,02	25,56
Regime de Contrato2023 Formação de Oficiais, Sargentos e Praças	Centro de Recrutamento da Força Aérea	98 566,72	26 167,63	26,55
Campanha Vacinação Gripe/COVID-19	Direção-Geral da Saúde	108 989,28	41 983,81	38,52
Dê Prioridade à Vida	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	131 598,56	54 806,52	41,65
Os Radares Salvam Vidas	Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	133 833,13	46 144,30	34,48
BUPI - Páscoa 2023	SG Ministério da Justiça	139 949,99	51 313,65	36,67
Campanha Ensino Profissional	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.	170 655,04	56 615,87	33,18
Campanha de comunicação BUPI	SG Ministério da Justiça	180 120,76	45 640,00	25,34
BUPI Verão e Natal 2023	SG Ministério da Justiça	226 100,00	69 902,99	30,92
Água é Vida - Não a desperdice	Águas de Portugal, SGPS, S.A.	227 759,81	66 991,40	29,41
SNS 24, um hábito saudável	SPMS, EPE - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde	243 883,37	62 133,28	25,48
Aldeia segura/Pessoas seguras	Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil	250 782,54	63 205,61	25,20
Agarre em si e melhore o seu futuro	Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, I.P.	317 599,42	99 650,16	31,38
Redução dos incêndios rurais	Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, I.P.	579 608,31	231 317,09	39,91

Os planos de distribuição das campanhas comunicadas ao longo do ano 2023 encontram-se detalhados nos relatórios mensais disponibilizados no sítio eletrónico da ERC em:

<https://www.erc.pt/pt/estudos/publicidade--/relatorio-sobre-publicidade-institucional-do-estado/>

6. INVESTIMENTOS POR TIPO DE MEIOS

6.1. Análise dos investimentos globais

No que respeita à análise da distribuição da publicidade pelos meios, verificou-se que foi abrangido um universo de **392 OCS**.

A **Imprensa** reflete a maior diversidade, com **222 títulos** selecionados, seguindo-se a **Rádio** com **129**, o **Digital** com **32** e, por último a **Televisão** com **9 serviços de programas** contemplados com publicidade institucional do Estado.

Relativamente ao montante investido, verifica-se que foi atingido o montante superior a **4 milhões de euros**, tendo o montante mais significativo sido canalizado para o meio televisivo, que recebeu acima de **1,74 milhões de euros**, o que **corresponde a 43 %** do total comunicado.

À **Imprensa**, foram destinados cerca de **911 mil euros (23 %)**, e à **Rádio 855 mil euros (21 %)**. **Os meios do tipo digital** situaram-se muito aquém dos restantes, captando apenas cerca **de 35,6 mil euros (1 %)**.

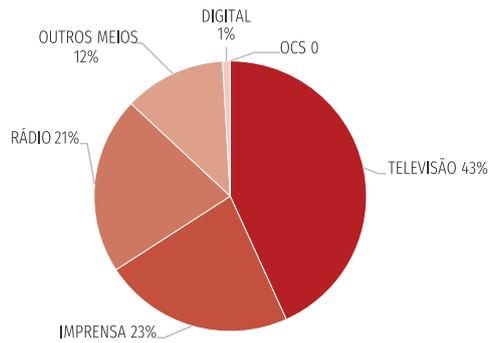
Os investimentos designados por “**outros meios**” referem-se à publicidade adquirida em meios que não são órgãos de comunicação social tais como redes sociais, plataformas de vídeo, outdoors, rede multibanco ou outros anúncios digitais. Inclui também os investimentos em meios estrangeiros. Estes investimentos atingiram um montante significativo, **superior a 490 mil euros (12 %)**.

FIG. 4 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS

MEIOS	2022 (n.º)	2023 (n.º)	Var. 2022/2023 (n.º)
TELEVISÃO	15	9	-6
IMPRESA	277	222	-55
RÁDIO	210	129	-81
DIGITAL	59	32	-27
TOTAL	561	392	-169

MEIOS	2022 (€)	2023 (€)	Var. 2022/2023 (€)
TELEVISÃO	2 461 736,88	1 748 444,81	-713 292,07
IMPRESA	1 866 932,82	911 730,37	-955 202,45
RÁDIO	1 731 880,62	855 202,63	-876 677,99
DIGITAL	110 150,52	35 605,50	-74 545,02
OUTROS MEIOS	292 007,85 €	490 041,33	198 033,48
TOTAL	6 462 708,69	4 041 024,64	-2 421 684,05

FIG. 5 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO GLOBAL POR TIPO DE MEIOS



6.2. Análise dos investimentos em meios Regionais e Locais

A publicidade em meios de âmbito regional e local foi distribuída por 348 OCS, dos quais a maioria se refere a títulos de imprensa (199), seguindo-se a Rádio (122) e, por último, o Digital (27).

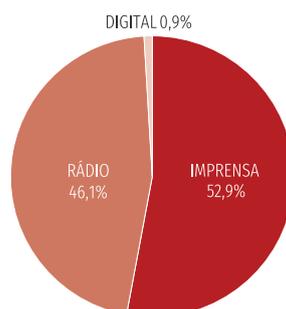
No que respeita aos investimentos, o montante mais elevado foi destinado à Imprensa, cerca de 683 mil euros, o que corresponde a 53 % do total, seguindo-se a Rádio com cerca de 596 mil euros, e, por último o Digital, muito aquém dos anteriores, com pouco mais de 12 mil euros.

FIG. 6 – DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS PUBLICITÁRIOS POR TIPO DE OCS REGIONAL/LOCAL

OCS REGIONAL/LOCAL	2022 (n.º)	2023 (n.º)	2022/2023 (n.º)
IMPRENSA	248	199	-49
RÁDIO	205	122	-83
DIGITAL	49	27	-22
TOTAL	502	348	-154

OCS REGIONAL/LOCAL	2022 (€)	2023 (€)	2022/2023 (€)
IMPRENSA	1 000 099,27	682 974,38	-317 124,89
RÁDIO	1 299 901,27	595 595,89	-704 305,38
DIGITAL	84 267,24	12 051,50	-72 215,74
TOTAL	2 384 267,78	1 290 621,77	-1 093 646,01

FIG. 7 – GRÁFICO DE INVESTIMENTO REGIONAL/ LOCAL POR TIPO DE MEIOS



7. EVOLUÇÃO 2022/2023

7.1. Análise da evolução dos investimentos globais

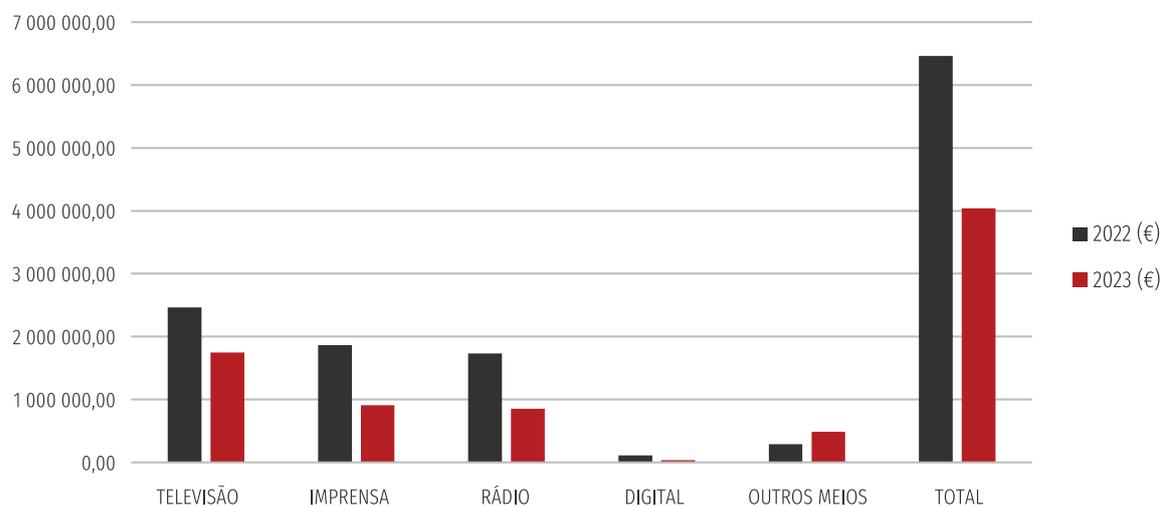
O número total de OCS abrangidos por investimentos PIE desceu significativamente em relação ao ano anterior, menos 169, refletindo **uma expressiva descida do universo de OCS contemplados com publicidade institucional do Estado, nos diversos tipos de meios.**

A descida mais expressiva registou-se no número de rádios selecionadas (-81), seguindo-se a Imprensa (-55), o digital (-27) e a televisão (-6).

Em matéria de investimentos, verificou-se igualmente uma descida generalizada, tendo a maior quebra ocorrido na Imprensa, com um diferencial negativo de cerca 955 mil euros, seguindo-se a Rádio (- 876 mil euros), a televisão (- 713 mil euros) e o Digital (- 74,5 mil euros).

Os investimentos que registaram uma evolução positiva foram destinados aos designados a meios que não são órgãos de comunicação social, que receberam mais 198 mil euros em 2023.

FIG. 8 – GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS GLOBAIS POR TIPO DE OCS -2022/2023



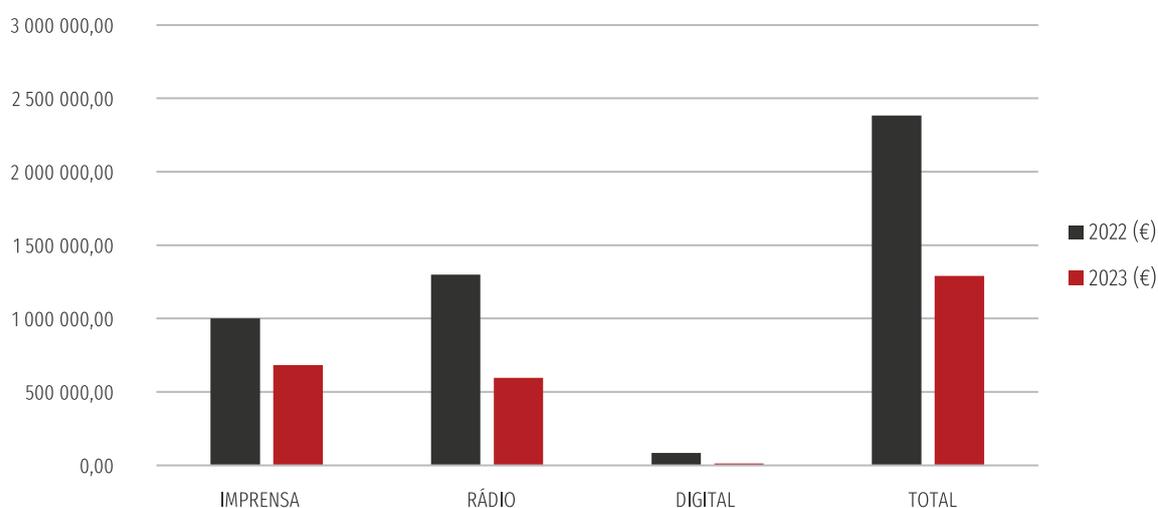
7.2. Análise da evolução dos investimentos regionais/locais

O número total de OCS regionais e locais contemplados com PIE desceu significativamente em relação ao ano anterior, menos 154, descida distribuída por todos os meios, com maior relevo no meio Rádio, que teve menos 83 rádios selecionadas.

Relativamente ao montante destinado a **OCS regionais e locais**, a descida foi igualmente expressiva, cerca de **menos 1 milhão de euros** relativamente ao ano anterior.

As quebras mais significativas ocorreram na Imprensa (- 683 mil euros) e na Rádio (-596 mil euros). O Digital desceu cerca de 72 mil euros.

FIG. 9 – GRÁFICO DA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS POR TIPO DE OCS -2022/2023



8. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS

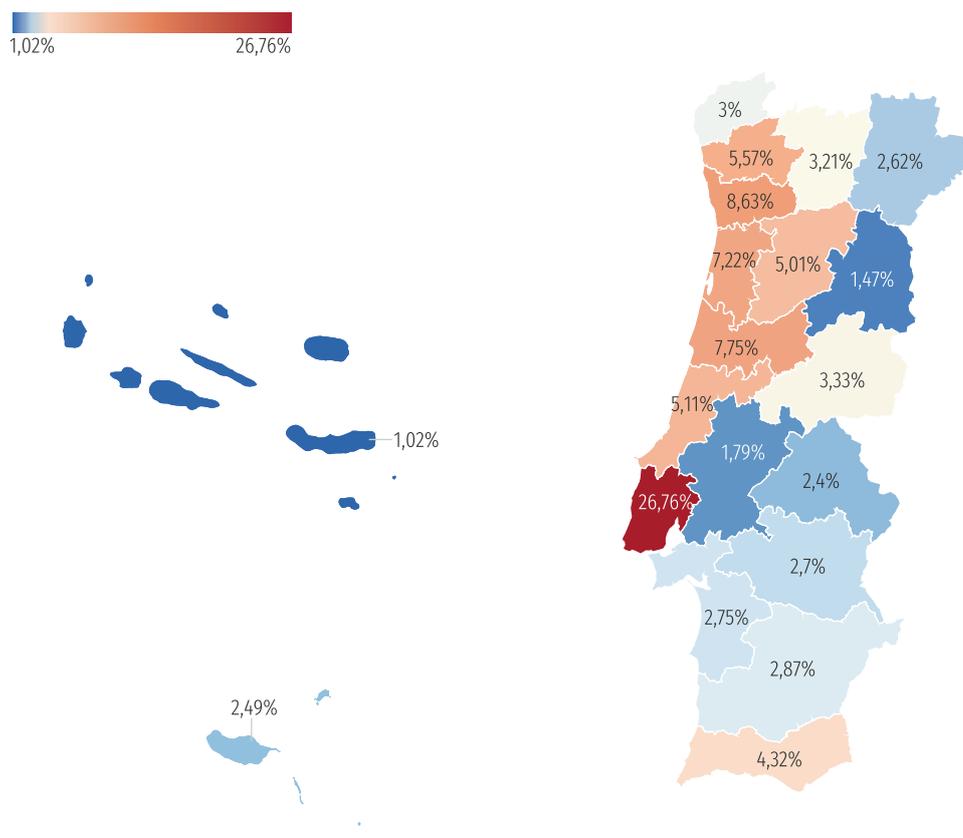
REGIONAIS/LOCAIS

A análise da distribuição geográfica dos investimentos destinados aos meios regionais/locais no território nacional é efetuada com base nos investimentos comunicados à ERC, importando, todavia, salientar a grande diversidade dos meios em causa.

Assim, desde logo importa ter presente as especificidades destes meios cujos custos na aquisição de publicidade são muito diferenciados, bem como o facto de existirem enormes diferenças no número de meios existentes em cada região (distritos ou concelhos).

Tendo presentes estes fatores, a informação que se apresenta sobre os valores comunicados à ERC no ano 2023 pretende apenas dar um retrato panorâmico da distribuição dos investimentos no território português.

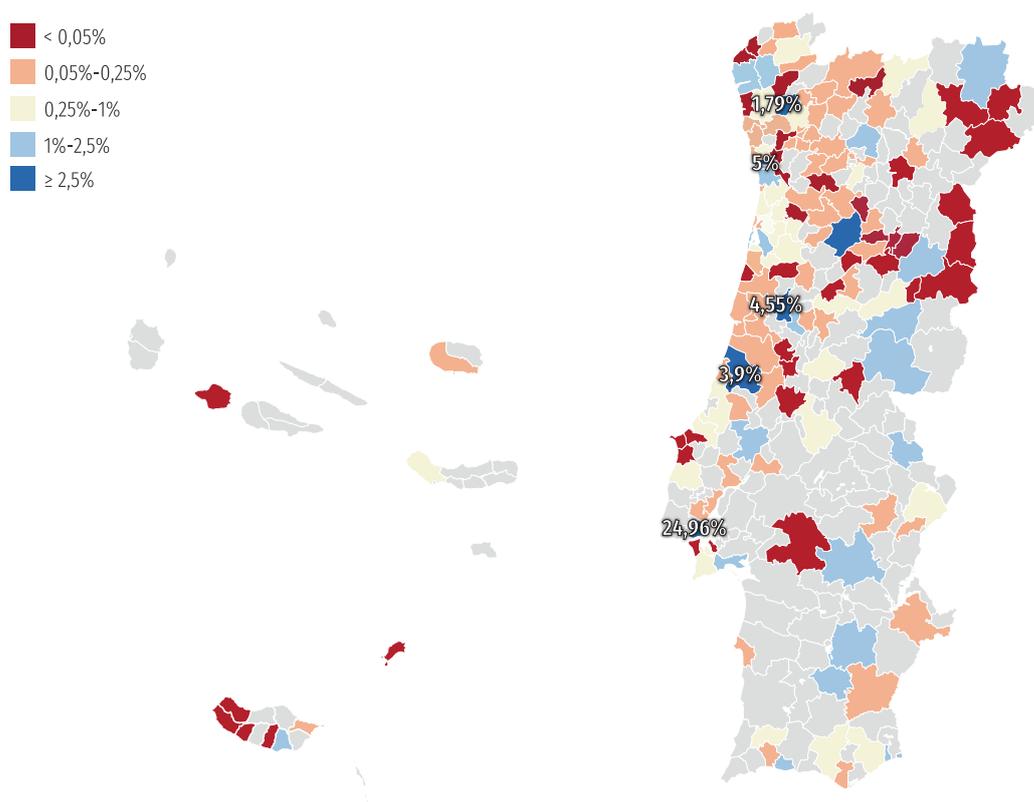
FIG. 10 - MAPA DE DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS EM TERRITÓRIO NACIONAL POR DISTRITOS



Os resultados apurados indicam que o distrito de Lisboa recebeu a maior parte do investimento, destacando-se dos restantes, com 27% do total investido.

Ainda que com investimentos muito inferiores seguem-se nos cinco primeiros lugares, o Porto (8,6 %), Coimbra (7,8 %), Aveiro (7,2 %) e Braga (5,6 %).

FIG. 11 - MAPA DE DISTRIBUIÇÃO DOS INVESTIMENTOS REGIONAIS/LOCAIS EM TERRITÓRIO NACIONAL POR CONCELHOS (5 MAIS)



Em termos de análise por concelho, Lisboa continua a destacar-se dos restantes territórios, tendo recebido 25 % do total investido.

Ainda que bastante distanciados da capital em matéria de investimentos, seguem-se o Porto com 5 %, Coimbra com 4,6 % e Braga e Leiria com 4 %.

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, consoante o órgão de comunicação em causa.

A fim de garantir o cumprimento das obrigações registais por parte das entidades a elas sujeitas e, consequentemente, assegurar o direito à informação, bem como à proteção dos títulos registados, o legislador, através do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, criou mecanismos que permitem a atualização registal 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 2023, manteve, como habitualmente e como uma das grandes prioridades, a consolidação do edifício registal dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

2. ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTO

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus Estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2021, de 6 de dezembro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:

PP

Publicações
periódicas

EJ

Empresas
jornalísticas

EN

Empresas
noticiosas

SPDEI

Serviços de
programas difundidos
exclusivamente
através da internet

OD

Operadores de
distribuição

FPPV

Fornecedores de
plataformas de
partilha de vídeos e
respetivas plataformas
de partilha de vídeos

OSAP

Operadores de
serviços audiovisuais
a pedido e respetivos
serviços audiovisuais
a pedido

OR

Operadores de rádio e
respetivos serviços de
programas

OT

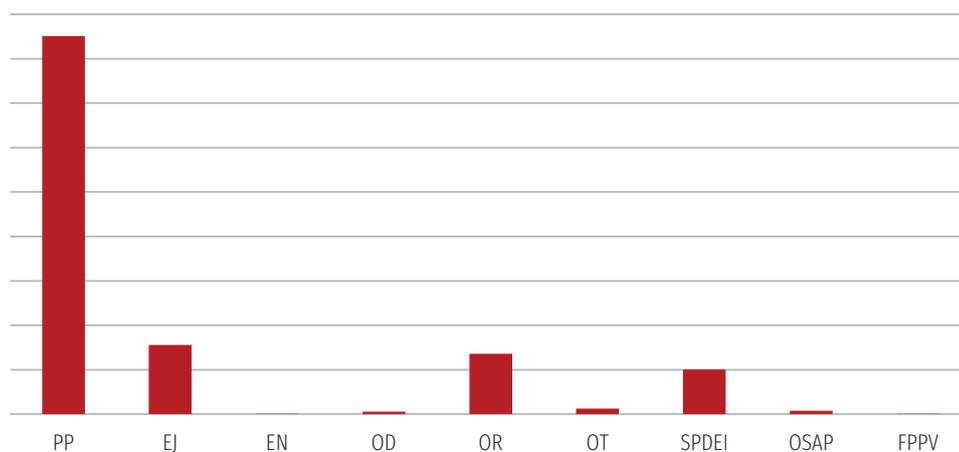
Operadores de
televisão e respetivos
serviços de programas

3. PANORAMA ATUAL

CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS/MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos/meios de comunicação social em 2023, encontram-se ativos 2516, distribuídos pelas diversas categorias, conforme a Figura 1.

FIG. 1 – REGISTOS ATIVOS EM 2023



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 2023, encontravam-se inscritas 1701 publicações periódicas.

Do universo das publicações ativas em 2023, 589 são jornais, sendo 109 de âmbito nacional e 477 de âmbito regional.

Empresas jornalísticas (EJ)

Em 2023, encontravam-se inscritas 311 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (185) e as sociedades unipessoais (73).

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 2023, encontravam-se inscritos 25 operadores e 65 serviços de programas televisivos.

Operadores de distribuição (OD)

Em 2023, estavam inscritos 12 operadores de distribuição.

Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI)

Em 2023, encontravam-se inscritos 201 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 194 são radiofónicos e sete televisivos).

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

POR DISTRITO

Encontravam-se registadas 1701 publicações periódicas, distribuídas pelos seguintes Distritos e Regiões Autónomas:

FIG. 2 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR DISTRITO/REGIÃO

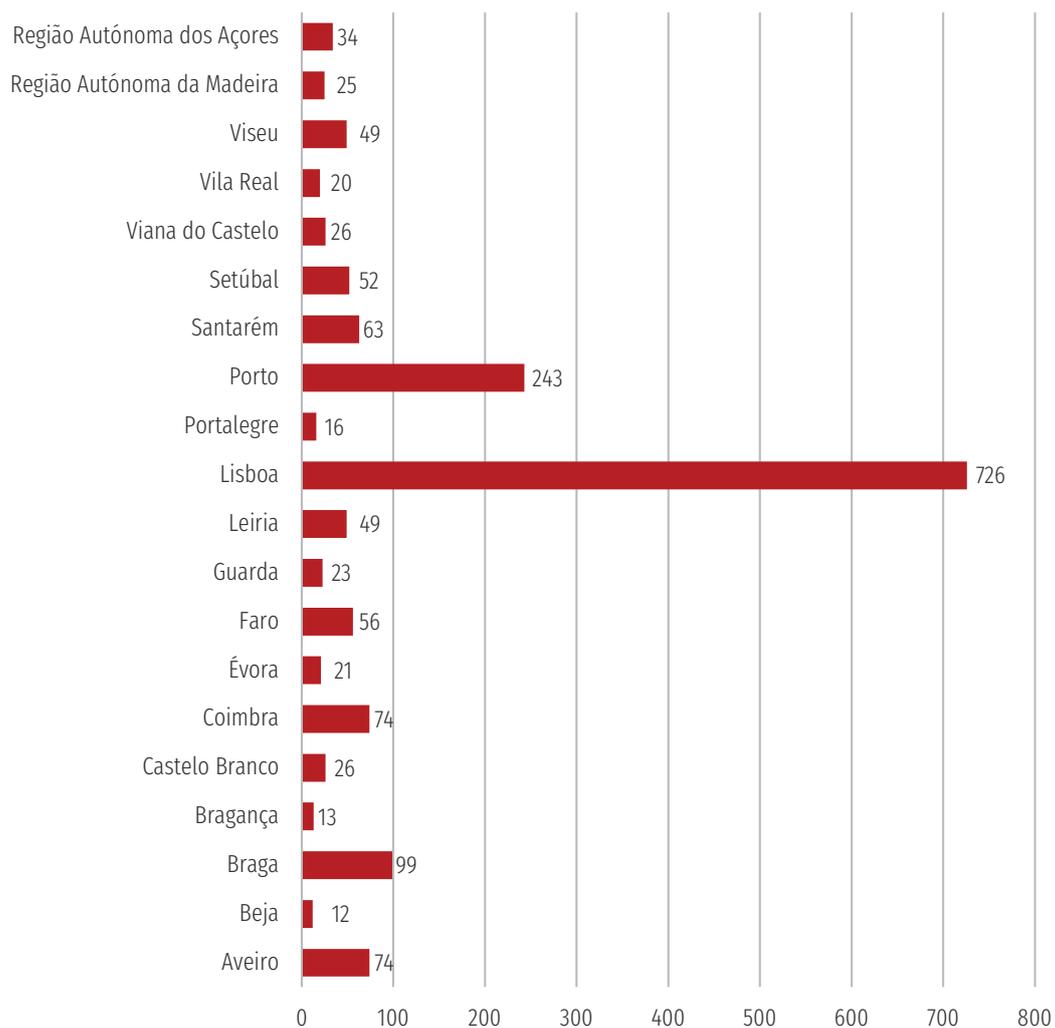
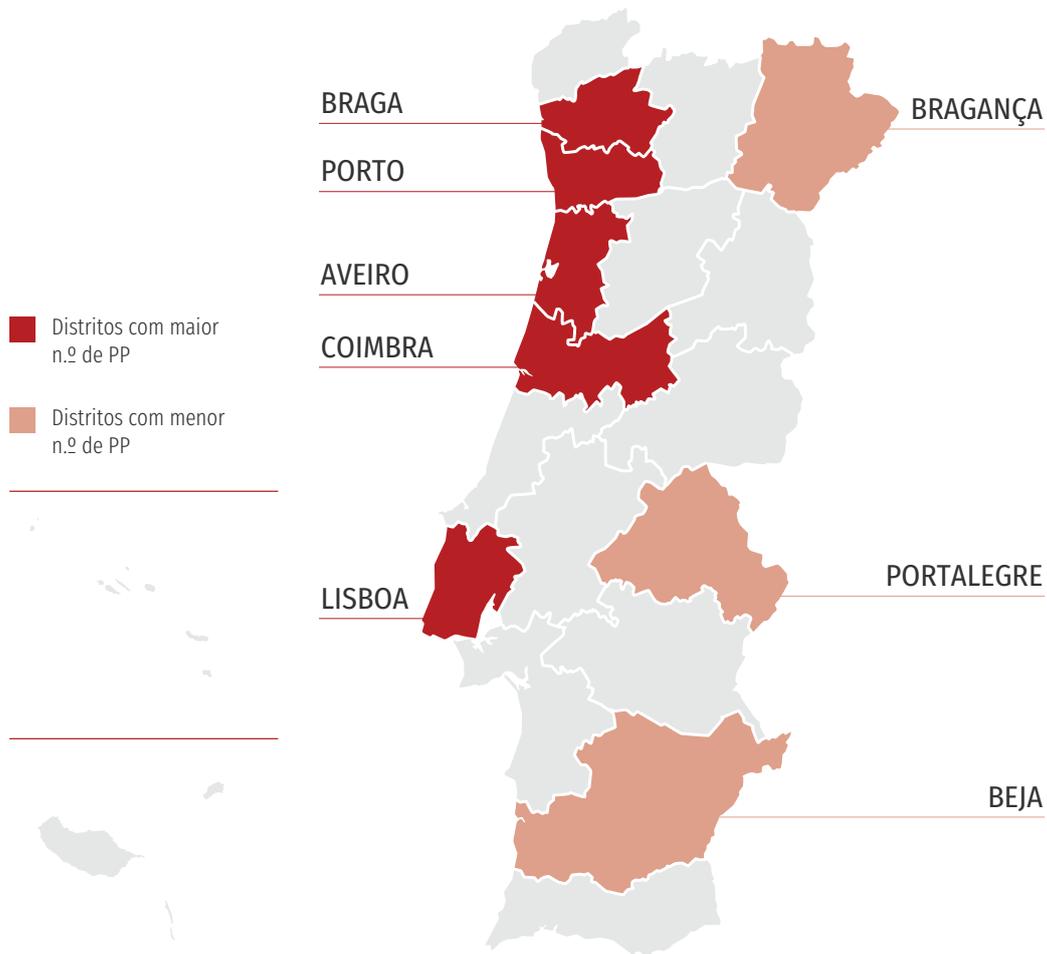


FIG. 3 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM MAIOR E MENOR NÚMERO DE REGISTOS ATIVOS – DISTRITO/REGIÃO

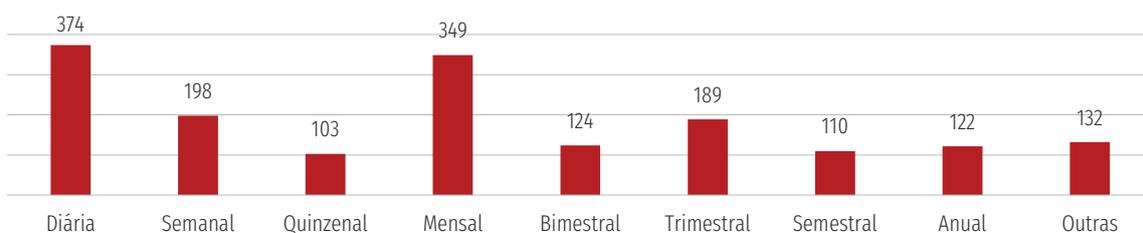


É de realçar que os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 726 e 243 publicações registadas, seguidos de Braga, com 99, e Aveiro e Coimbra, com 74. Já os distritos com menor número de publicações registadas são Beja, com 12, Bragança, com 13 e Portalegre, com 16.

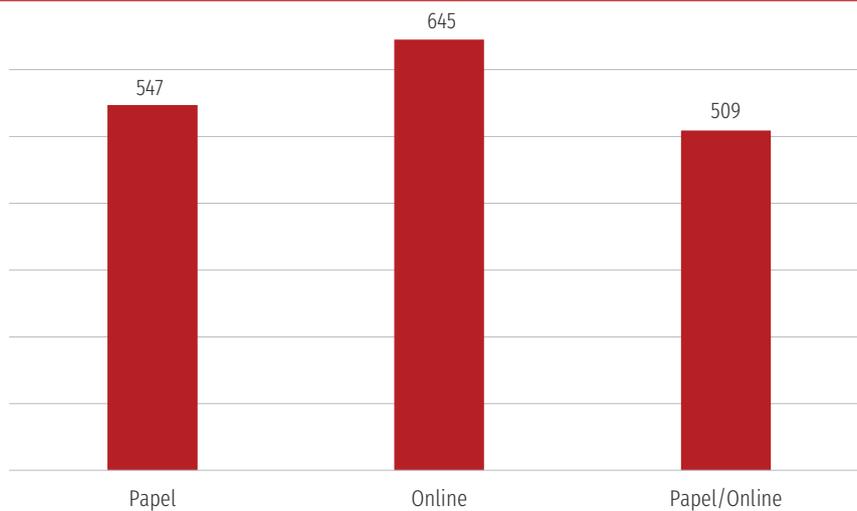
De salientar que, do universo das publicações periódicas registadas, 109 são jornais de âmbito nacional, 477 de âmbito regional e três das comunidades portuguesas no estrangeiro.

PERIODICIDADE

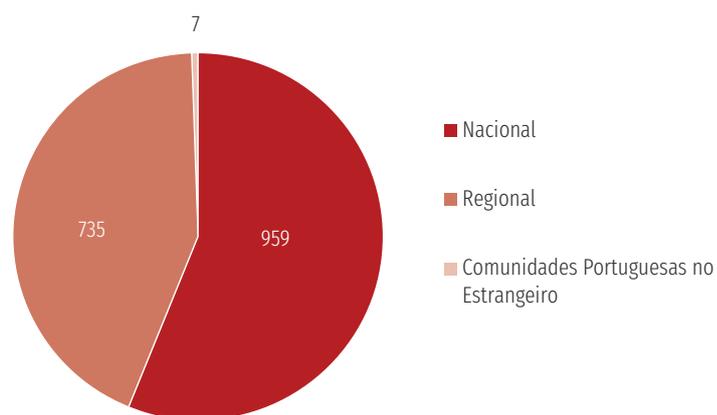
FIG. 4 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR PERIODICIDADE



Como resulta da análise do gráfico, a periodicidade que mais se destaca é a diária, seguindo-se a mensal e a trimestral.

SUORTE**FIG. 5 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR SUORTE**

A Figura 5 é ilustrativa de que as publicações periódicas com suporte online continuam a crescer ao longo dos anos.

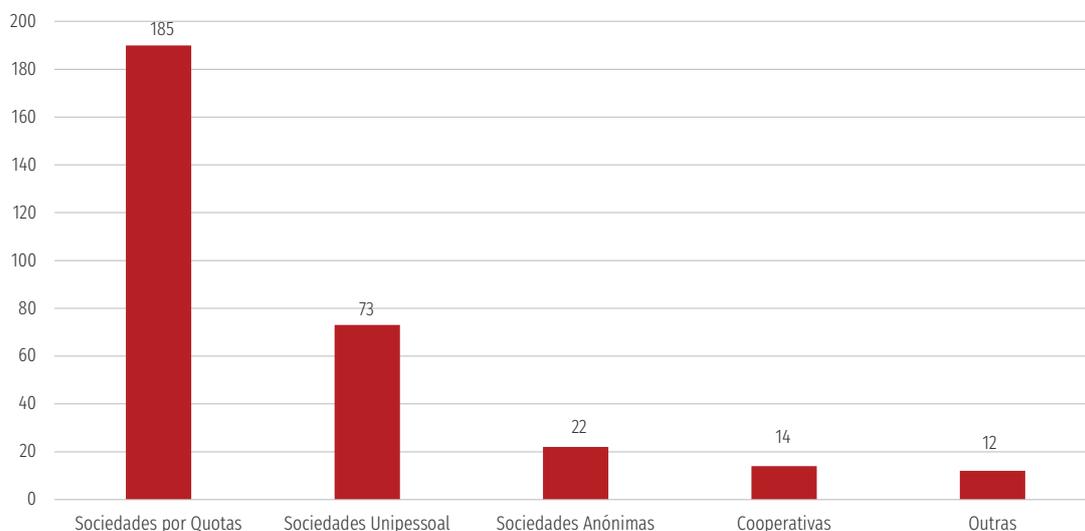
ÂMBITO GEOGRÁFICO**FIG. 6 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR ÂMBITO GEOGRÁFICO**

A Figura 6 destaca que o âmbito geográfico onde se verifica maior número de publicações periódicas registadas é nacional.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Encontravam-se registadas, em 2023, 311 empresas jornalísticas.

FIG. 7 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR NATUREZA JURÍDICA



Da leitura do gráfico, verifica-se que a maioria das empresas jornalísticas registadas tem como natureza jurídica “Sociedade por Quotas”.

EMPRESAS NOTICIOSAS

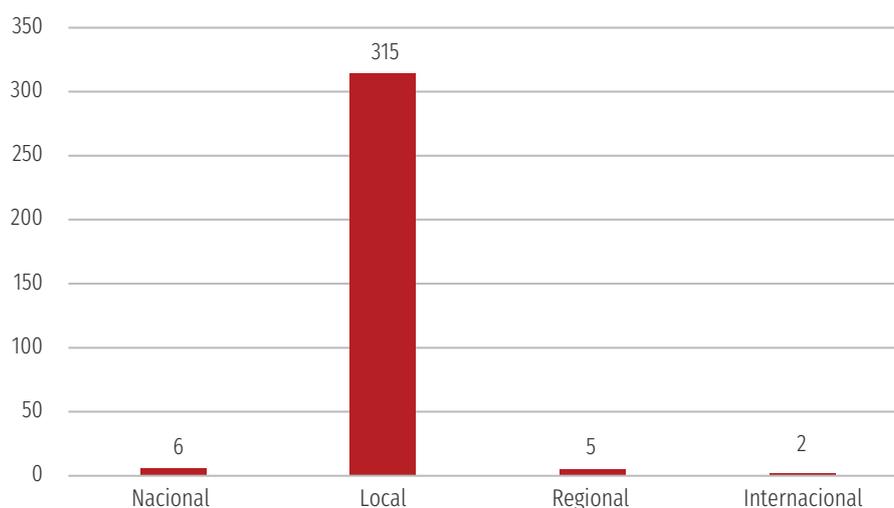
Em 2023, encontravam-se apenas duas empresas noticiosas registadas.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Em 2023, encontravam-se registados 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 272 operadores de rádio.

POR ÁREA DE COBERTURA

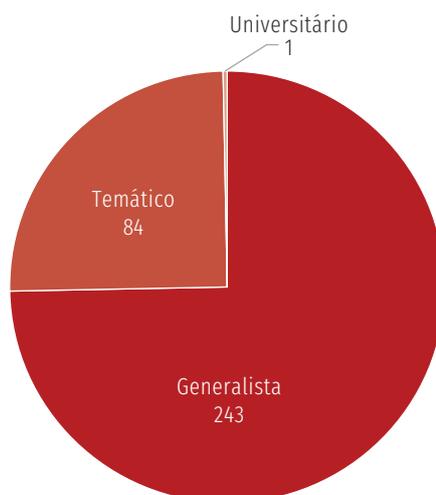
FIG. 8 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR ÁREA DE COBERTURA



Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm a área de cobertura Local.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

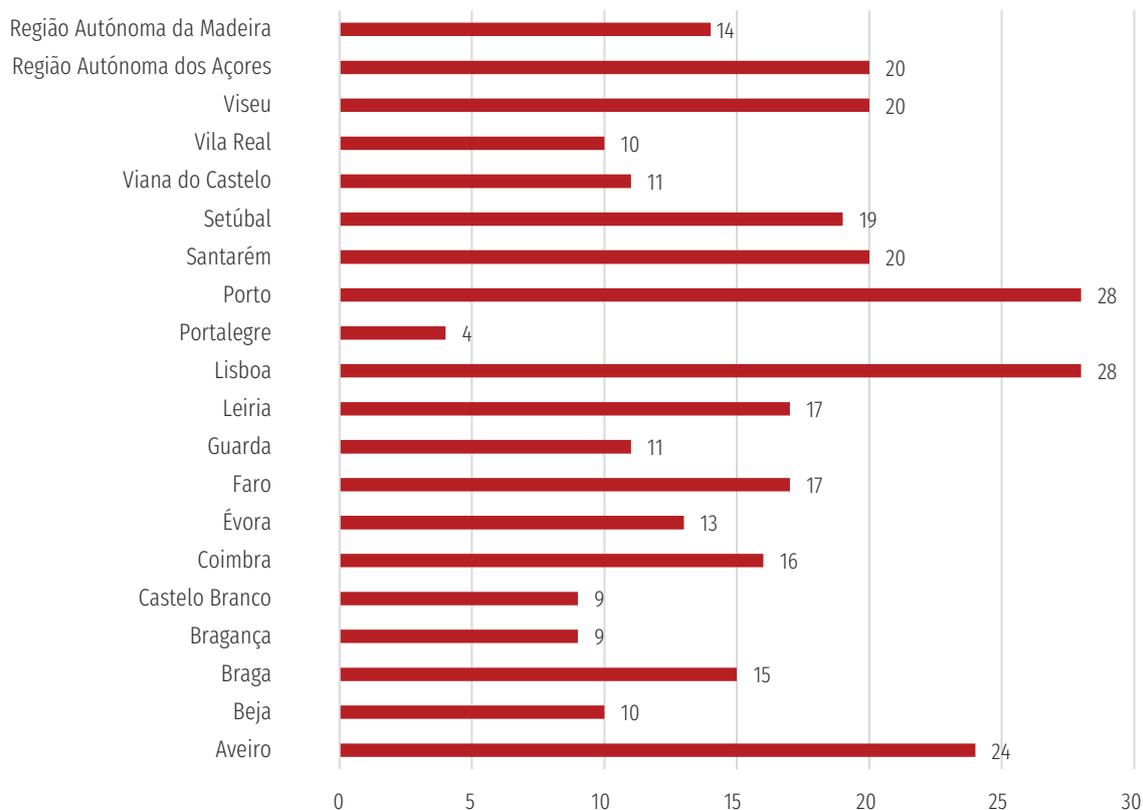
FIG. 9 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE RÁDIO COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO



Como se pode aferir da leitura do gráfico da Figura 9, os serviços de programas de rádio com a tipologia de programação generalista representam a maioria, com 243 registos.

POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO

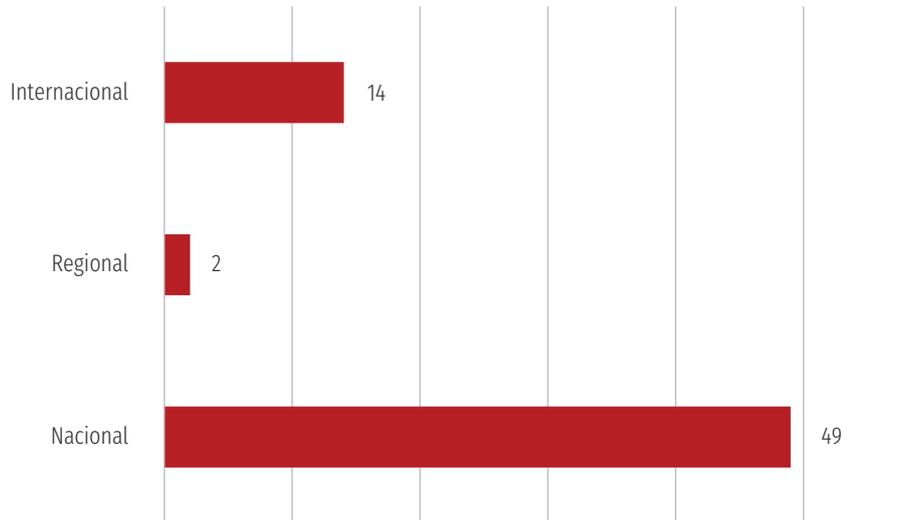
FIG. 10 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS LOCAIS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR DISTRITO/REGIÃO DE LICENCIAMENTO



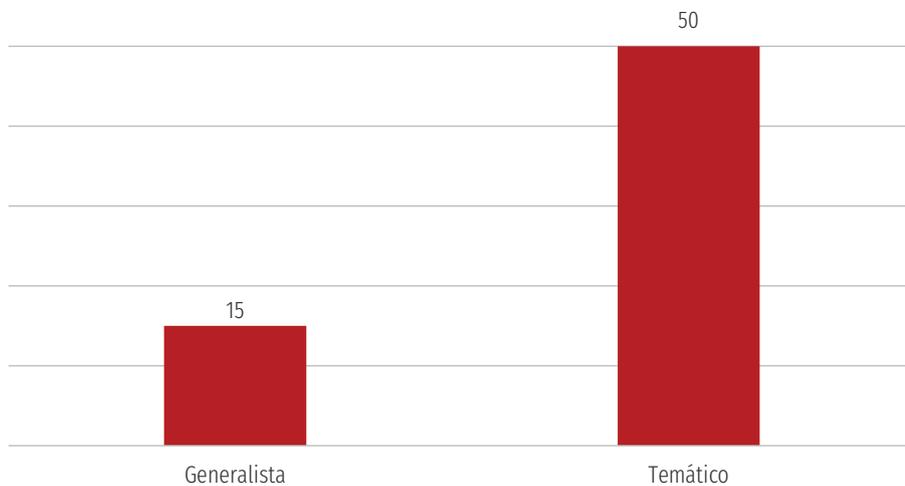
A Figura 10 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo os distritos de Lisboa e Porto, seguidos do distrito de Aveiro, onde existem mais licenças.

OPERADORES TELEVISIVOS E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Encontravam-se registados, em 2023, 65 serviços de programas televisivos, distribuídos por 25 operadores televisivos.

POR ÁREA DE COBERTURA**FIG. 11 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR ÁREA DE COBERTURA**

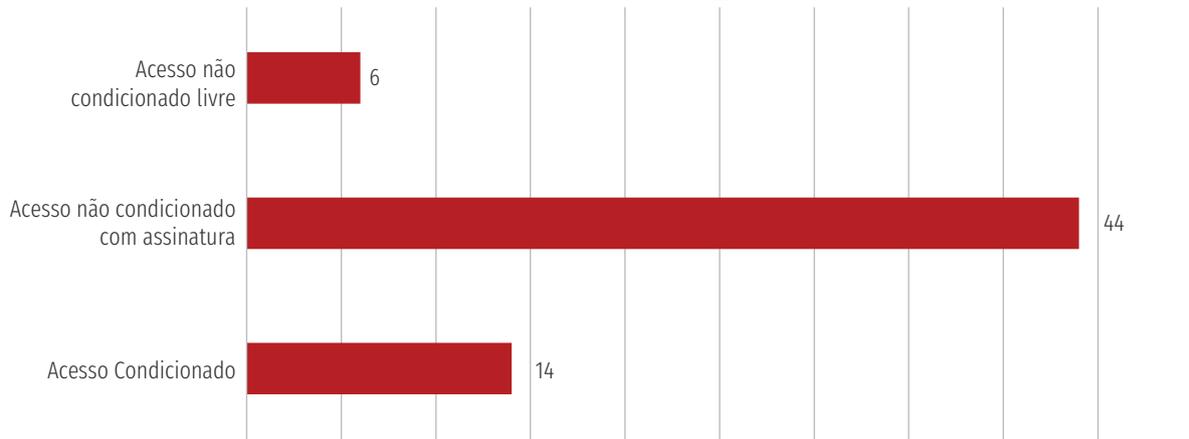
Da análise da Figura 11, confere-se que 75 % dos serviços de programas registados são de cobertura Nacional.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO**FIG. 12 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO**

Na Figura 12, salienta-se a tipologia de programação Temático, com cerca de 77 % dos serviços de programas televisivos registados.

POR TIPO DE ACESSO

FIG. 13 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR TIPO DE ACESSO



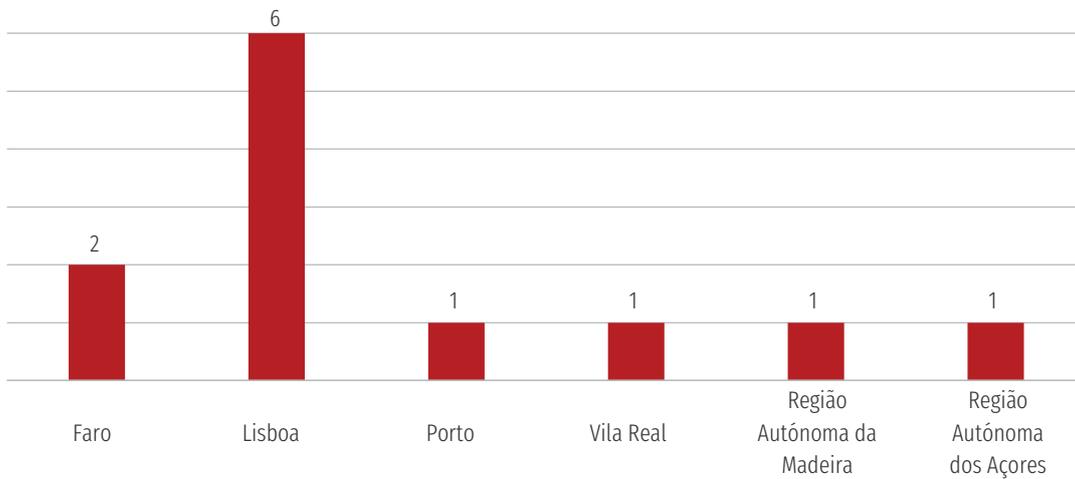
Verifica-se que os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam cerca de 68 % dos serviços de programas televisivos registados.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Em 2023, encontravam-se registados doze operadores de distribuição.

POR ÁREA GEOGRÁFICA

FIG. 14 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR ÁREA GEOGRÁFICA



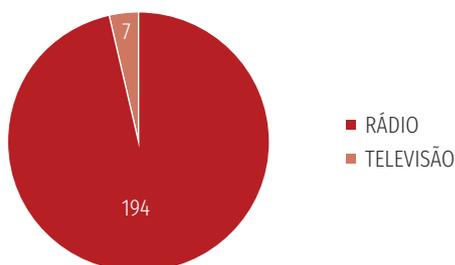
Lisboa é o distrito com maior número de operadores de distribuição registados.



SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

Encontravam-se registados, em 2023, 201 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

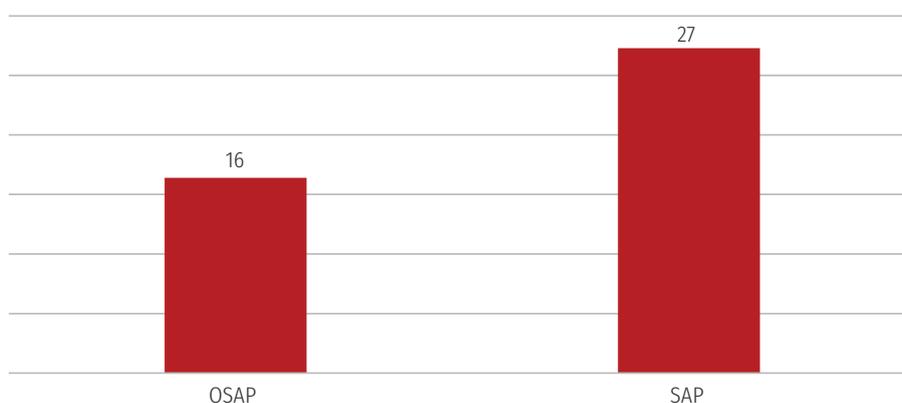
FIG. 15 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET COM REGISTO ATIVO EM 2023 – POR TIPO



Na Figura 15, apura-se que 97 % dos serviços de programas distribuídos exclusivamente através da internet registados são de rádio.

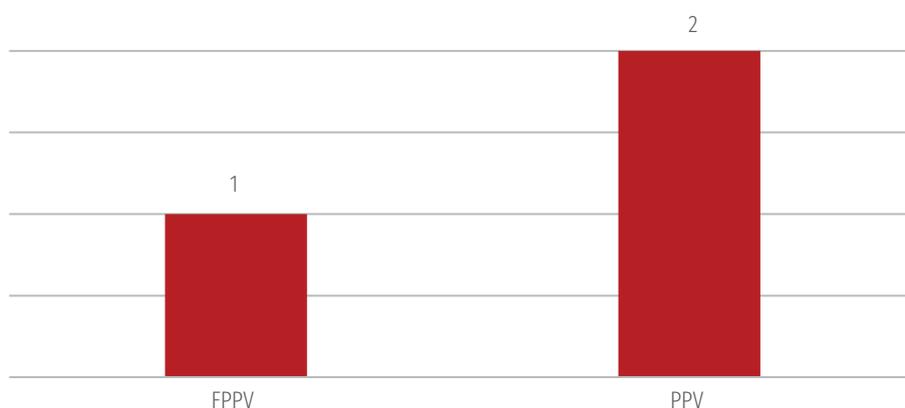
OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPETIVOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

FIG. 16 – OPERADORES DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO E RESPETIVOS SERVIÇOS COM REGISTO ATIVO EM 2023



FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPETIVAS PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS

FIG. 17 – FORNECEDORES DE PLATAFORMAS DE PARTILHA DE VÍDEOS E RESPETIVAS PLATAFORMAS COM REGISTO ATIVO EM 2023



4. ATOS REGISTAIS

Os atos registais, 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).

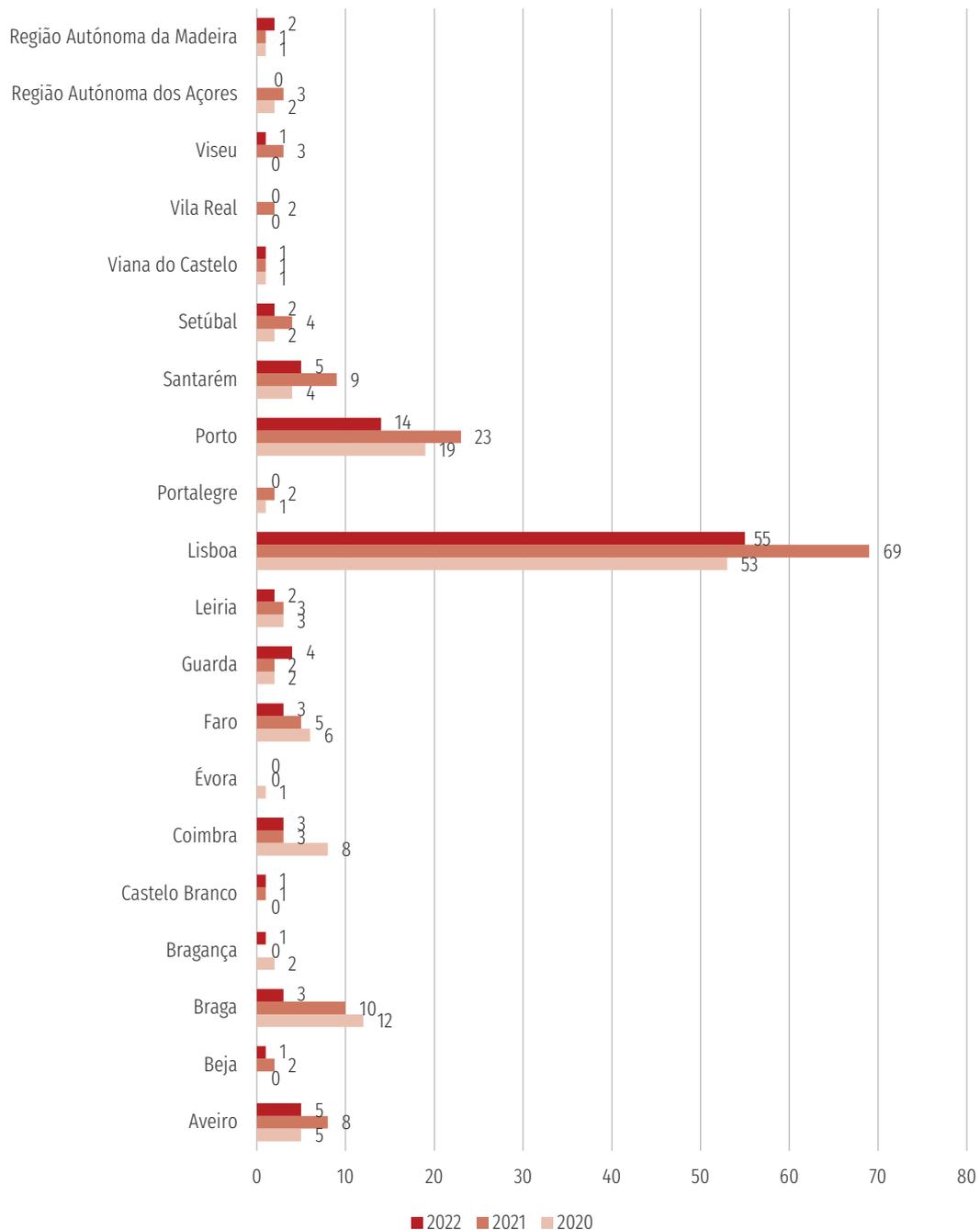
São elementos de registo:

- 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).

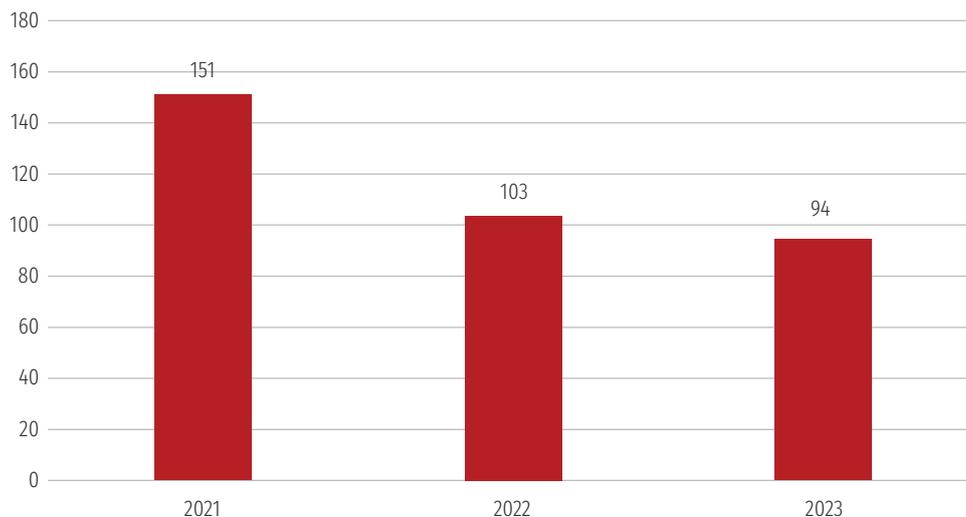
Nesta conformidade, durante 2023, foram registadas provisoriamente 94 publicações, das quais 66 converteram-se em definitivas, seis caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito) e transitaram, para 2024, 22 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

FIG. 18 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS POR DISTRITO/REGIÃO, DE 2021 A 2023



É de salientar que os distritos com mais inscrições durante 2023 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 49 e 11 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

FIG. 19 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS INSCRITAS DE 2021 A 2023



De salientar que, em 2023, verifica-se uma ligeira redução (9) no número de inscrições de publicações periódicas, em relação ao ano transato, sendo que 53 registos se referem a publicações periódicas apenas em suporte online, seguidas de 34 em suporte papel e *online* e 7 em suporte papel.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

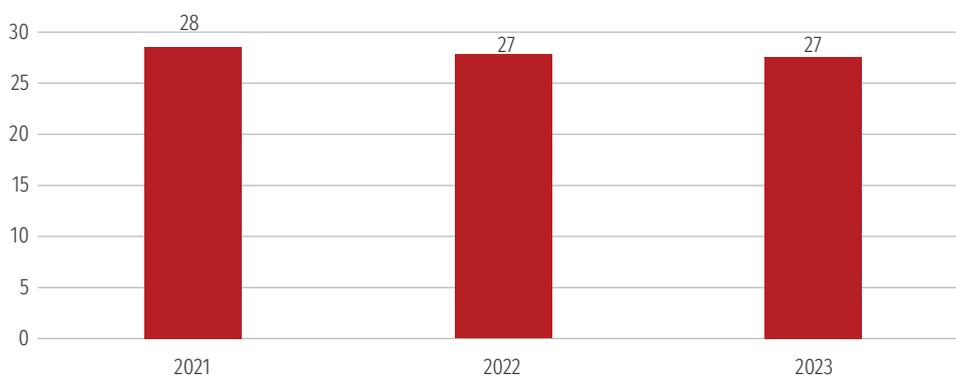
São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa).

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 2023.

FIG. 20 – EMPRESAS JORNALÍSTICAS INSCRITAS DE 2021 A 2023



Da leitura da Figura 20, infere-se que, em 2023, inscreveram-se 27 empresas jornalísticas, sendo que o número mantém-se 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 2023.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPETIVOS 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).

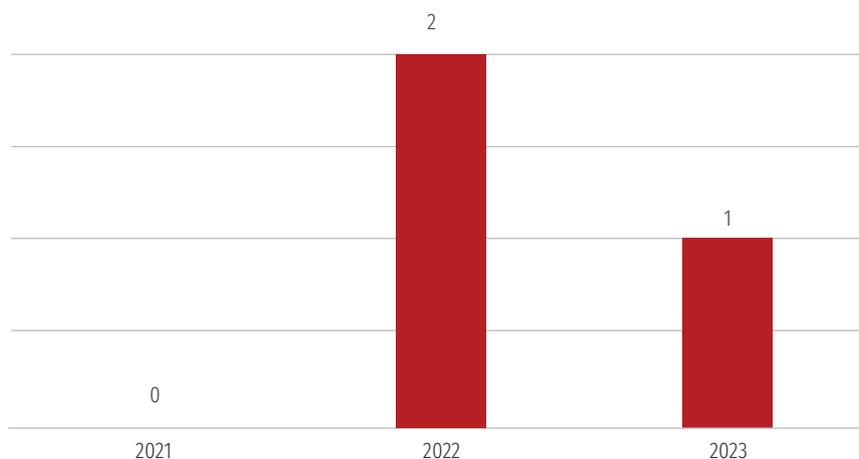
Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

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 emisoras, 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. 21- OPERADORES DE RÁDIO INSCRITOS DE 2021 A 2023



Como se verifica na Figura 21, em 2023 houve uma inscrição de operador de rádio (decorrente de um processo de cessão, devidamente autorizado, de serviço de programas).

OPERADORES DE TELEVISÃO E RESPETIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, 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.

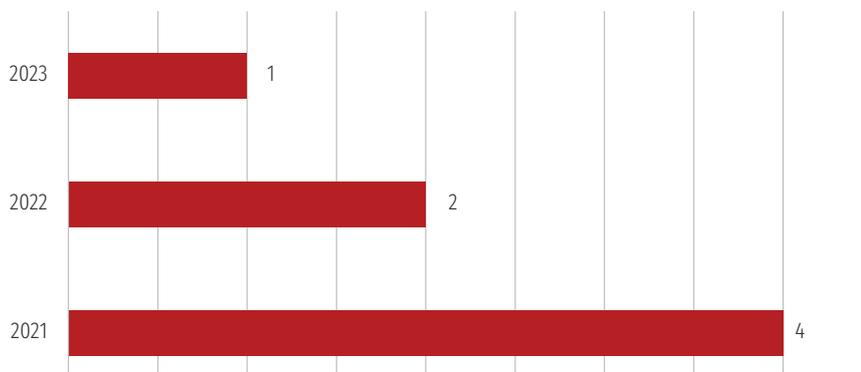
Durante 2023, houve uma inscrição de operador de televisão e um serviço de programas televisivo.

FIG. 22 – OPERADORES TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2021 A 2023



Na Figura 23, verifica-se uma redução de inscrições de serviços de programas televisivos, em relação aos anos anteriores.

FIG. 23 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS INSCRITOS DE 2021 A 2023



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. 24 – OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO INSCRITOS DE 2021 A 2023



Em 2023 houve uma 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).

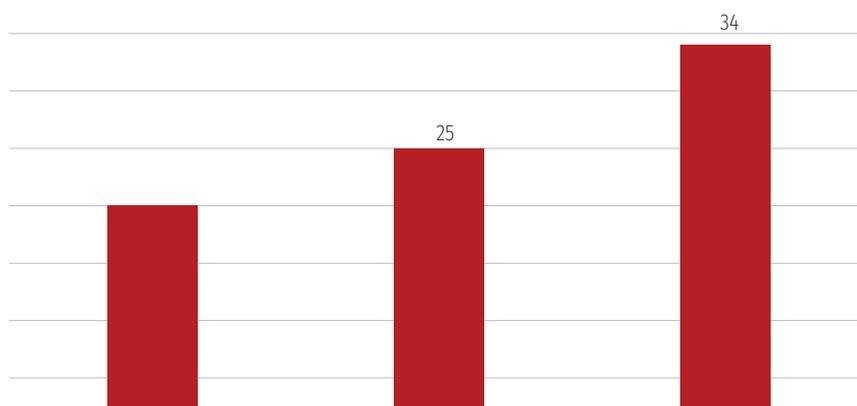
Difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da internet (n.º 3, do art.º 17.º, da Lei 54/2010, de 24 de dezembro).

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 2023, observaram-se 25 registos de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, todos de rádio.

FIG. 8 – SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET, DE 2020 A 2022



Na Figura, 25 apura-se que, em 2023, houve uma descida do número de inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, que não se verificava há alguns anos.

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).

Durante 2023, houve 2 inscrições de operadores de serviços audiovisuais a pedido e 7 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:

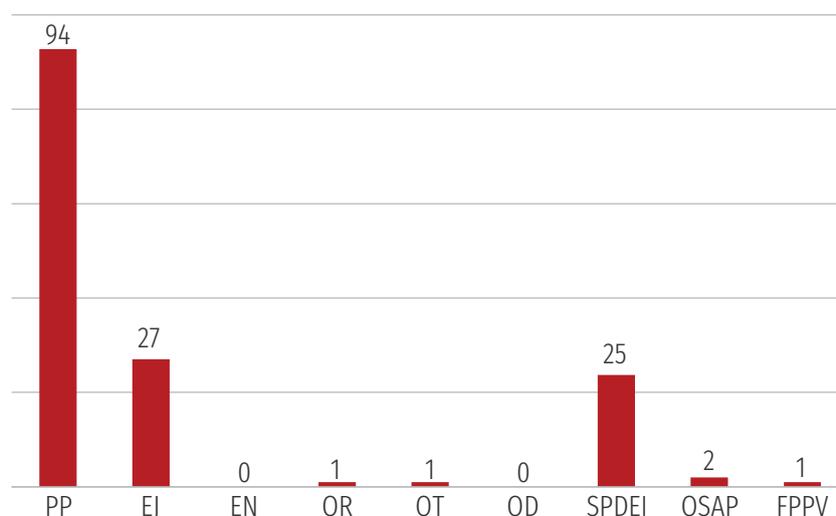
- Identificação e sede do fornecedor, designação das plataformas de partilha de vídeos, identificação do responsável por cada plataforma de partilha de vídeos, endereço geográfico onde se encontra estabelecido, sítio na internet, quando aplicável, endereço de correio eletrónico (art.º 36.º-J do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Durante 2023, 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 2023, a 152 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 das empresas jornalísticas e dos serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet. De referir ainda que houve uma redução de 14,12 % em comparação com o ano transato.

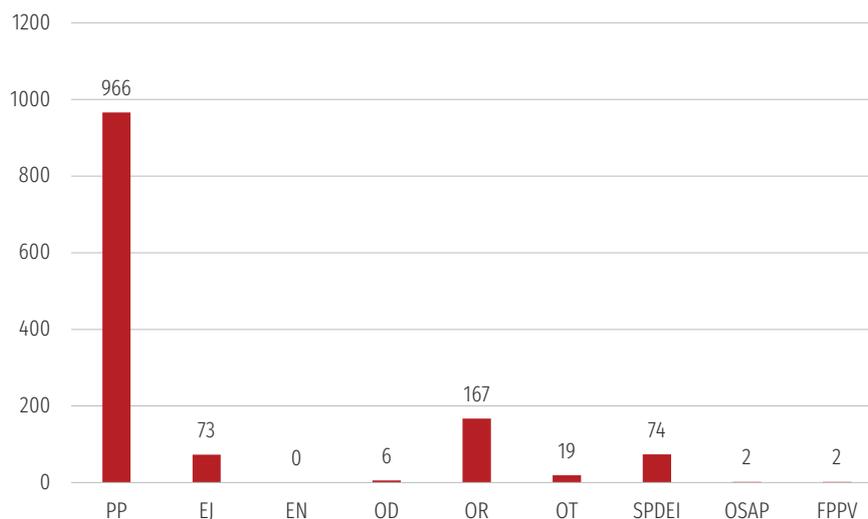
AVERBAMENTOS

O averbamento é um ato registal complementar que visa consignar uma alteração à inscrição pré-existente.

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.

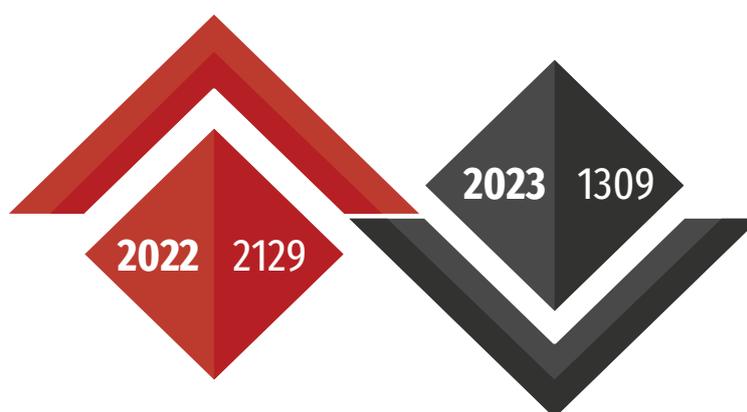
Durante 2023, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 1309 averbamentos (atos registais), dos quais 810 foram alterações aos elementos de registo.

FIG. 27 – AVERBAMENTOS NOS REGISTOS ÓRGÃOS/MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2023



Na Figura 27, conclui-se que onde se verificou um maior número de averbamentos foi nas publicações periódicas, seguidos dos operadores de rádio.

FIG. 28 – TOTAL DE AVERBAMENTOS EM 2022 E 2023



De salientar que, em 2023, houve uma redução de averbamentos de cerca de 38,5 % em relação ao ano anterior.

Não obstante, a diferença destes números deveu-se à necessidade de, em 2022, terem sido efetuados averbamentos oficiosos 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

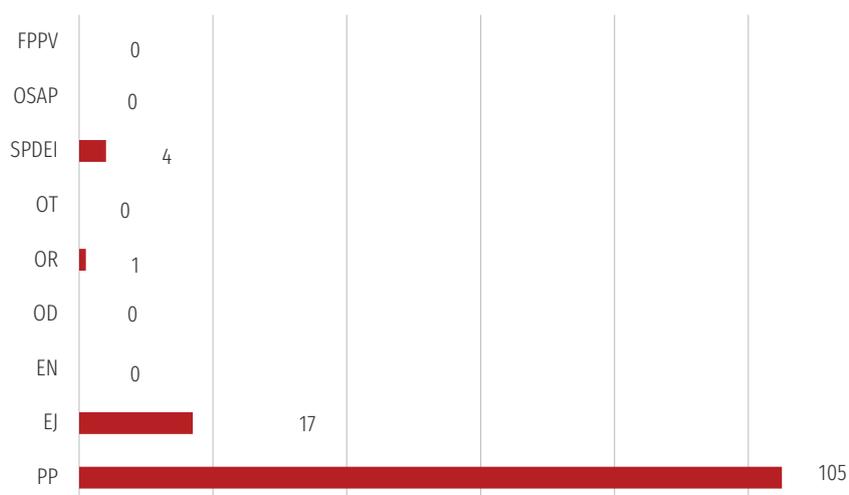
O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou da cessação da atividade da sua empresa (art.º 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Assim, a ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

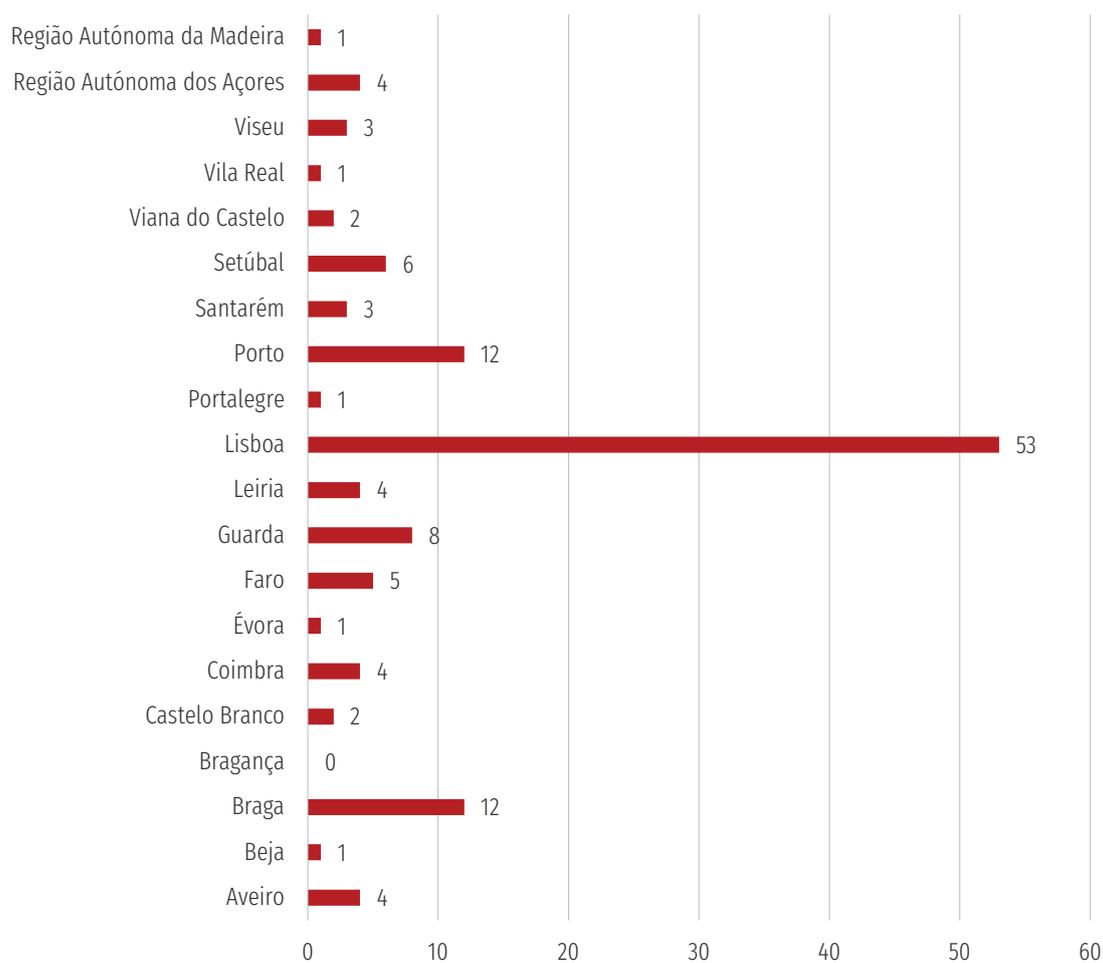
- Nas publicações periódicas:
 - Cessaçãõ da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição;
- Nas empresas jornalísticas:
 - Cessaçãõ da atividade da empresa;
 - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas;
 - Deixar de ter como atividade principal a edição de publicações periódicas;
- Empresas noticiosas:
 - Cessaçãõ da atividade da empresa;
- Serviços de programas difundidos exclusivamente pela internet:
 - Cessaçãõ de emissãõ;
- Operadores de serviços audiovisuais a pedido:
 - Cessaçãõ de emissãõ;
- Fornecedores de plataformas de partilha de vídeos:
 - Cessaçãõ de emissãõ;
- Atividades sujeitas a licenciamento ou autorizaçãõ:
 - Cessaçãõ da validade da licença ou autorizaçãõ.

FIG. 29 – CANCELAMENTOS DE REGISTOS ÓRGÃOS/MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2023



Na Figura 29, verifica-se um total de 127 cancelamentos, sendo os mais expressivos os referentes às publicações periódicas: 105, dos quais 46 foram cancelamentos efetuados a pedido dos proprietários e 70 efetuados oficiosamente pela ERC, sendo os restantes 11 devido a caducidades de registo.

FIG. 30 – CANCELAMENTOS POR DISTRITO/REGIÃO DE ÓRGÃOS/MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL EM 2023



Da análise do gráfico, facilmente se afere que o maior número de cancelamentos verifica-se no distrito de Lisboa, seguido de Braga e Porto, sendo que nos restantes distritos o número é relativamente homogéneo.

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 2023, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor em comparação com anos anteriores.

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise desenvolvida resultam do tratamento da 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 a esse Portal.

A divulgação de sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pelos serviços de *clipping* contratados pela ERC (Quick Clip), 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 quatro pontos centrais. O primeiro caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2023. O segundo ponto apresenta as características metodológicas das sondagens depositadas. O terceiro ponto incide sobre os estudos eleitorais depositados durante o ano. Finalmente, o quarto 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, DEPÓSITOS E CLIENTES DE SONDAGENS

À data de 31 de dezembro de 2023, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 12 entidades (v. Figura 1), diminuindo, em duas, o número de licenças em vigor no último dia do ano face a 2022 (14 licenças). Relativamente às alterações ao cadastro, 2023 foi um ano de pouco movimento procedimental, registando-se a caducidade de quatro licenças (Consulmark2, IPSOS-APEME, Multidados e UA/CIMAD), a concessão de duas novas credenciações (Consulmark2 e Multidados) e a renovação de uma licença (UCP/CESOP).

FIG. 1 – SITUAÇÃO DAS ENTIDADES CREDENCIADAS PELA ERC A 31 DE DEZEMBRO DE 2023

Entidades com credenciação ativa em 2023	Alterações ao registo até final de 2023
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	--
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	Caducidade e Credenciação
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	--
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	--
ICS/ISCTE – Instituto de Ciências Sociais/Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa	--
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	--
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	--
IPSOS-APEME – Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.	Caducidade
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	--
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.	Caducidade e Credenciação
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.	--
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	--
UA/CIMAD – Centro de Investigação em Marketing e Análise de Dados da Universidade de Aveiro	Caducidade
UCP/CESOP – Centro de estudos e sondagens de opinião da Universidade Católica Portuguesa	Renovação

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 intercalar) 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 antecipadas, 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 e 2022 com as eleições legislativas antecipadas (19 depósitos nos 12 dias de campanha eleitoral, *ex aequo*). Por sua vez, nas eleições regulares, também se verifica 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 infor-

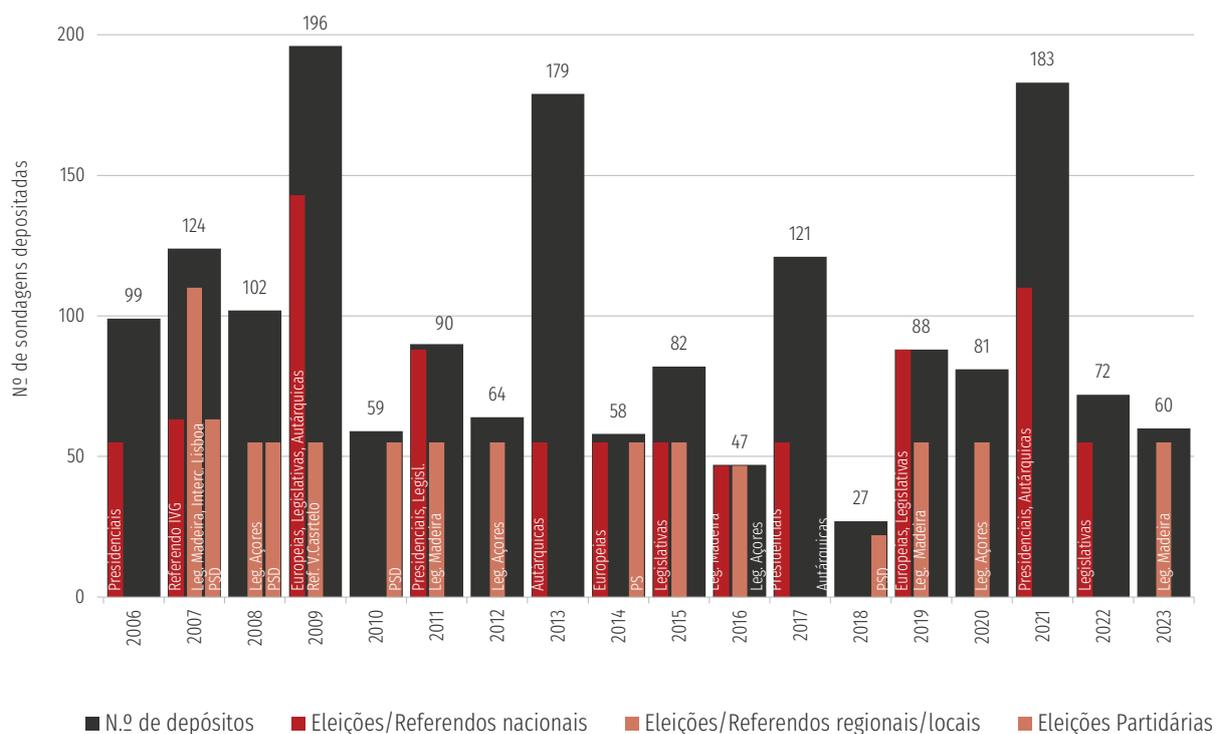
mativa que forem seguidas pelos *media* (particularmente se houver aposta na publicação de *tracking polls*, como foi o caso das eleições Presidenciais em 2006 e 2021 e das Legislativas em 2011, 2015, 2019 e 2022).

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 podem efetuar 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 (Aximage, Intercampus, ICS/ISCTE, Pitagórica e UCP/CESOP).

Considerando que, em 2022, ocorreram eleições antecipadas para a Assembleia da República e que, em 2023, as únicas eleições com impacto na produção de sondagens foram as Regionais da Madeira, é sem surpresa que se verifica uma diminuição de 16,6 % no número total de depósitos em 2023, contabilizando-se 60 depósitos contra os 72 registados em 2022. Numa perspetiva mais global e considerando a totalidade das sondagens depositadas desde a criação da ERC (1732 entre os anos de 2006 e 2023), verifica-se que o número de sondagens depositadas em 2023 (60) é bastante inferior à média anual para o período considerado (96,2), ainda que represente mais do dobro do valor mínimo registado em 2018 (27 sondagens depositadas) (v. Figura 2).

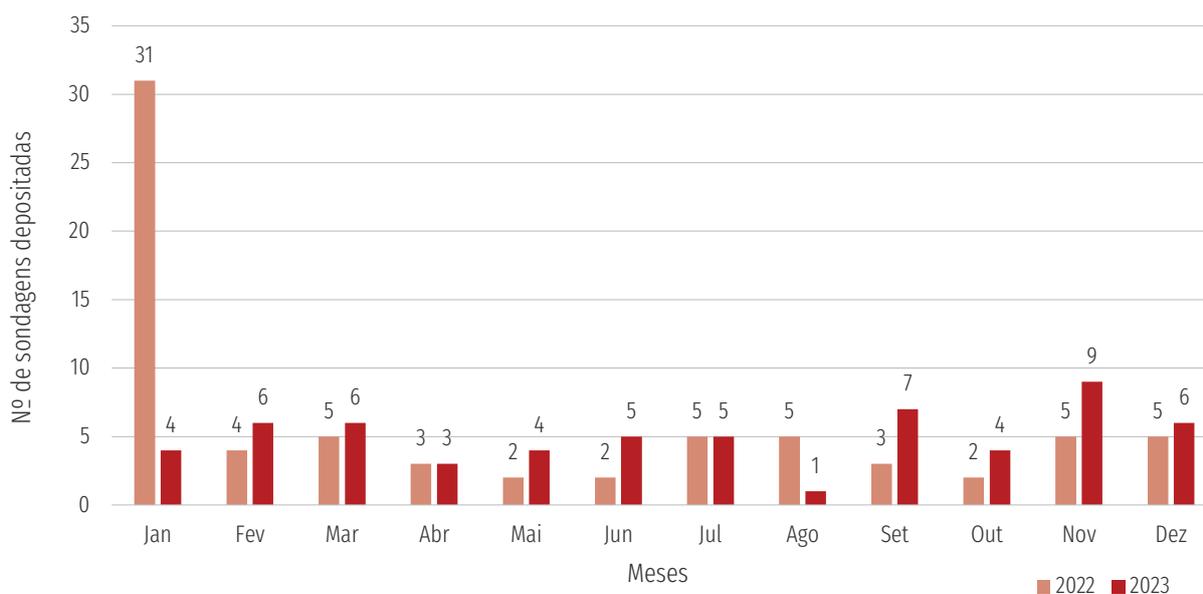
FIG. 2 – DISTRIBUIÇÃO ANUAL DAS SONDAJENS DEPOSITADAS E DOS ATOS ELEITORAIS REALIZADOS (2006 A 2023)



Total de depósitos N=1732 (2006-2023).

Em termos de movimentos mensais em 2023, o máximo de depósitos ($n=9$) foi registado em novembro, mês em que o Primeiro-Ministro comunicou a sua demissão do cargo, e o mínimo ($n=1$) foi verificado em agosto, mês comumente associado às “férias de verão” e em que normalmente se produzem menos sondagens. A média mensal de depósitos fixou-se em cinco depósitos por mês, menos um do que em 2022 (v. Figura 3). Não obstante, o movimento mensal de depósitos de sondagens foi muito mais homogêneo em 2023 (desvio padrão de 2,0, quando, em 2022, foi de 7,9), tendo, na maioria dos meses, ocorrido mais depósitos do que nos meses homólogos de 2022. Como atrás mencionado, as eleições legislativas antecipadas de 2022 levaram a um pico de produção de sondagens políticas no mês de janeiro (31 depósitos), ao qual se seguiu um abrandamento muito significativo da atividade nos restantes meses do ano.

FIG. 3 – DEPÓSITOS DE SONDAgens POR MÊS (2020-2023)



Total de depósitos N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).

Em termos de concentração e de diversidade de produtores no mercado dos estudos depositados, verificaram-se algumas alterações face a 2022 decorrentes não só do impacto do calendário eleitoral na procura de sondagens, mas também da alteração de estratégias na contratação de estudos de opinião por parte de alguns órgãos de comunicação social.

Foram nove as empresas a realizar depósitos de sondagens em 2023, mais uma do que em 2022 e em igual número face a 2016, 2017 e 2020 (v. Figura 4). Este ligeiro aumento no número de empresas com sondagens depositadas não se refletiu em maior pluralismo do setor, sendo, aliás, de destacar a menor oferta no domínio dos barómetros políticos nacionais, já que o barómetro regular realizado pela Pitagórica para a TVI e a CNN Portugal foi interrompido a partir do mês de janeiro.

No total, foram quatro as empresas a depositar ao longo do ano, ainda que com regularidades diferentes, barómetros políticos nacionais (Aximage e Intercampus, com sondagens mensais, e ICS-ISCTE e UCP-CESOP, com estudos trimestrais e quadrimestrais, respetivamente). Em termos de pluralismo em 2023, importa reter que continuou a ser possível a confrontação de resultados de sondagens realizadas por entidades credenciadas distintas sobre temas de política nacional (incluindo a avaliação dos atores e das intenções de voto legislativo). Deve ainda dar-se nota que a Aximage, a Consulmark2 e a UCP-CESOP também realizaram sondagens sobre temáticas de política nacional, fora da ótica dos barómetros políticos regulares.

Em termos das quotas do mercado dos estudos depositados, 2023 foi um ano de grande concentração do setor das sondagens realizadas para divulgação pública. As duas empresas com maior volume de depósitos foram responsáveis por 70,0 % das sondagens depositadas em 2023, valor só ultrapassado nos anos de 2018 (96,3 %) e 2014 (71,1 %).



A empresa mais representativa do setor em 2023, pelo volume de estudos depositados (43,3 %, correspondendo a 26 depósitos), foi a Aximage. Segue-se, com a segunda maior quota (26,7 %, correspondendo a 16 depósitos), a Intercampus. Destaque também para a UCP-CESOP e para o ICS-ISCTE (11,7 % e 6,7 %, correspondendo a sete e a quatro depósitos, respetivamente). Nota ainda para as empresas Consulmark2, DOMP, Metris, Multidados e Pitagórica, as quais, apesar de terem quotas muito residuais (inferiores a 4,0 %), mantiveram a atividade de realização de sondagens para publicação em 2023, conferindo maior dinamismo a um mercado algo estagnado pela procura, pelo efeito de sazonalidade do calendário eleitoral.

FIG. 4 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS POR EMPRESA (2018-2023)

	2018		2019		2020		2021		2022		2023		Var. Absoluta 2022-2023
	n	%	N	%	N	%	n	%	n	%	n	%	
Aximage	12	44,4	16	18,2	11	13,6	23	12,6	16	22,2	26	43,3	↑
Intercampus	1	3,7	7	8	12	14,8	33	18	14	19,4	16	26,7	↑
UCP-CESOP	-	-	7	8	5	6,2	17	9,3	7	9,7	7	11,7	=
ICS-ISCTE	*	*	6	6,8	5	6,2	10	5,5	4	5,6	4	6,7	=
Domp	-	-	1	1,1	-	-	2	1,1	2	2,8	2	3,3	=
Consulmark2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3,3	↑
Pitagórica	-	-	22	25	7	8,6	16	8,7	26	36,1	1	1,7	↓
Metris	-	-	3	3,4	2	2,5	5	2,7	2	2,8	1	1,7	↓
Multidados	-	-	3	3,4	4	4,9	23	12,6	-	-	1	1,7	↑
Marktest	-	-	1	1,1	9	11,1	2	1,1	1	1,4	-	-	↓
Eurosondagem	14	51,9	22	25	26	32,1	38	20,8	-	-	*	*	=
Ipom	-	-	-	-	-	-	12	6,6	-	-	-	-	=
UA-CIMAD	-	-	-	-	-	-	1	0,5	-	-	-	-	=
G.Triplo	-	-	-	-	-	-	1	0,5	-	-	*	*	=
Total	27	100 %	88	100 %	81	100 %	183	100 %	72	100 %	60	100 %	%

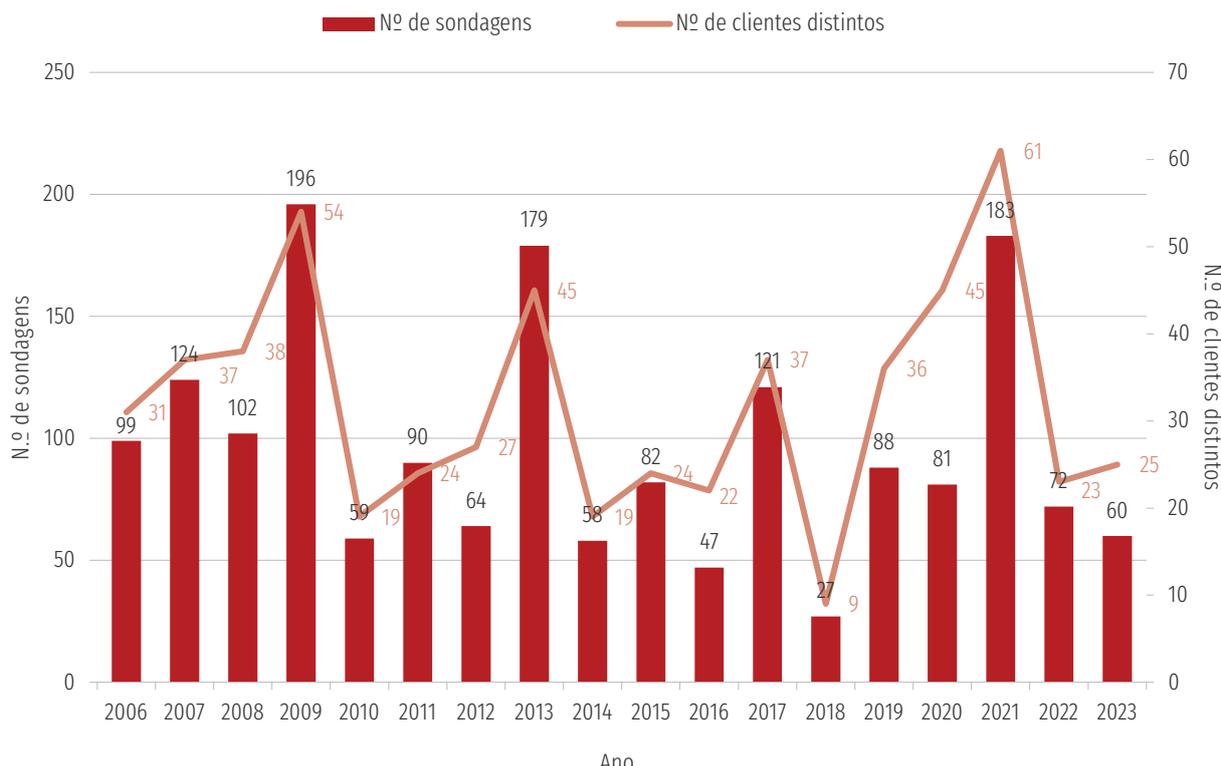
A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente, primeiro pelo ano de 2023, depois 2022 e assim subsequentemente.

Total de entidades que depositaram sondagens: N=3 (2018), N=10 (2019), N=9 (2020), N=13 (2021), N=8 (2022) e N=9 (2023).

* O ICS-ISCTE, a Eurosondagem e a G.Triplo não detinham credenciação para a realização de sondagens nos anos assinalados.

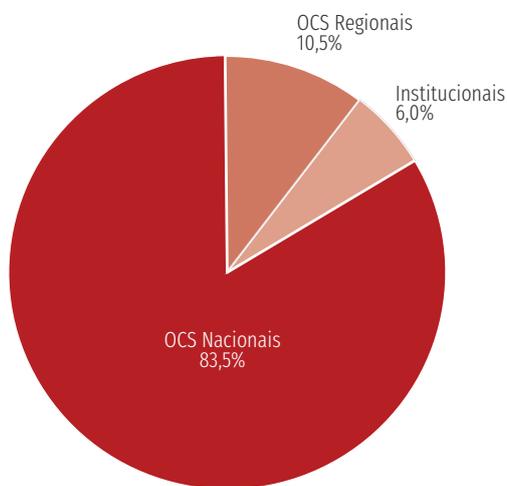
No lado da procura, verifica-se, face ao ano anterior, um ligeiro aumento no número de clientes distintos a contratar sondagens para divulgação pública (25 em 2023 contra os 23 registados em 2022) (v. Figura 5). Ainda que o aumento verificado face a 2022 seja muito pequeno, não deixa de espelhar maior diversidade na procura de sondagens, até porque, em 2023, o número de sondagens depositadas baixou, tendo-se registado, em média, menos um depósito de sondagem por mês do que em 2022.

FIG. 5 – NÚMERO DE CLIENTES E DE SONDAGENS DEPOSITADAS (2006 A 2023)



Seguindo uma tendência já observada em anos anteriores, uma parte das sondagens depositadas é associada a mais do que um cliente, daí que, ao total de 60 depósitos efetuados em 2023, correspondam 133 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 continuam a ser os mais referenciados nas fichas técnicas de sondagens, ainda que com menor expressão do que no ano transato (83,5 % e 95,2 %, para 2023 e 2022, respetivamente) (v. Figura 6). Seguem-se os *media* regionais (10,5 %), muito por influência das eleições regulares para Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e os clientes institucionais (6,0 %). Nota para a ausência, em 2023, da contratação de sondagens para divulgação pública por parte de partidos ou forças políticas.

FIG. 6 – TIPO DE CLIENTES DE SONDAGENS EM 2023 (EM PORCENTAGEM)



Total de depósitos N=60 (2023).
 Total de clientes referenciados em depósitos N=133 (2023).
 Total de clientes distintos N=25 (2023).

Em termos da importância dos clientes, medida pela frequência da sua presença em depósitos, quem mais se destacou, em 2023, foram os órgãos de comunicação social pertencentes à Cofina Media (Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios), pela contratação de 14 sondagens à Intercampus, das quais se destacam as relativas aos barómetros políticos mensais. Segue-se o Diário de Notícias, pela contratação de 13 sondagens à Aximage, 11 das quais produzidas para a parceria de órgãos do Grupo Global Notícias (Diário de Notícias, Jornal de Notícias e TSF), no âmbito dos barómetros políticos mensais. Com uma média de uma sondagem em cada dois meses, seguem-se os órgãos da Media Capital (TVI e CNN Portugal), os quais, apesar de terem dado seguimento em janeiro ao barómetro mensal contratado à Pitagórica, acabaram por mudar de estratégia, interrompendo o barómetro e passando a contratar sondagens de atualidade política à Aximage. Nota também para os serviços de programas de rádio e televisão da RTP e para a SIC e o Expresso, os quais, apesar de diminuírem a contratação de sondagens face ao ano anterior, acabaram por revelar-se importantes em matéria de pluralismo, no que concerne a sondagens de política nacional, já que permitiram o confronto de resultados de estudos produzidos por diferentes entidades (UCP-CESOP e ICS-ISCTE).

Ainda na esfera das sondagens políticas nacionais, e também na ótica do pluralismo, nota para as sondagens contratadas, a partir do último mês do ano, pelo jornal Nascer do Sol à Consulmark2, no âmbito das eleições legislativas antecipadas de 2023. No domínio dos órgãos de comunicação social regionais, o destaque vai para o Diário de Notícias da Madeira e para a TSF Madeira, pela contratação de quatro sondagens à Aximage no âmbito das eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira. Seguem-se o Jornal JM-Madeira e a rádio 88.8 FM, órgãos detidos pela Empresa Jornalística da Madeira, pela contratação de três sondagens à Intercampus, também no âmbito das eleições regionais. Por fim, os clientes de tipo institucional foram responsáveis pela contratação de oito sondagens, de temáticas mais específicas e heterogéneas entre si, destacando os estudos patrocinados pela Fundação Francisco Manuel dos Santos e pela UCP-CESOP por se diferenciarem dos restantes, já que além da dimensão comunicacional, possuem também natureza académica (v. Figura 7).

FIG. 7 – CLIENTES REGISTADOS NAS SONDAJENS DEPOSITADAS (2023)

Clientes identificados nos depósitos de sondagens					
OCS Nacionais (83,5 %)	n	OCS Regionais (10,5 %)	n	Institucionais (6,0 %)	n
CMTV	14	DN Madeira	4	Fundação Francisco Manuel dos Santos	2
Correio da Manhã	14	TSF Madeira	4	Câmara Municipal de Leiria	2
Jornal de Negócios	14	88.8 FM	3	UCP-CESOP	1
Diário de Notícias	13	JM-Madeira	3	PressCo, Lda.	1
Jornal de Notícias	11	--	--	Freguesia de Leiria, Pousos, Barreira e Cortes	1
TSF	11	--	--	Confederação Agrícola portuguesa	1
TVI	6	--	--	--	--
CNN Portugal	6	--	--	--	--
RTP	5	--	--	--	--
SIC	4	--	--	--	--
Expresso	4	--	--	--	--
Antena 1	3	--	--	--	--
Público	3	--	--	--	--
Nascer do Sol	2	--	--	--	--
O Jornal Económico	1	--	--	--	--

Total de clientes distintos N=25 (2023);

Total de depósitos N=60 (2023);

Total de clientes referenciados em depósitos N=133 (2023);

Subtotais dos clientes referenciados em depósito por tipo de cliente: OCS Nacionais=11; OCS Regionais=14; Institucionais=8.

Relativamente às divulgações de sondagens e inquéritos de opinião, foram sinalizadas para análise, em 2023, mais de 4000 peças publicadas por órgãos de comunicação social nas suas diversas plataformas (imprensa, televisão, rádio e internet), representando uma redução na casa dos 20 % face às peças sinalizadas em 2022.

Das dinâmicas acima explanadas, são de destacar os seguintes aspetos relativos a 2023:

- A interrupção, a partir do mês de janeiro, do barómetro político mensal que a Pitagórica vinha produzindo para a TVI e CNN Portugal desde setembro de 2021;
- 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 algumas das parcerias observadas em 2022 (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;
- A produção de sondagens de cariz regional, no âmbito das eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira, através de parcerias distintas (Aximage, Diário de Notícias da Madeira e TSF Madeira; Intercampus, JM-Madeira e 88.8 FM; GFK/Metris, O Jornal Económico) e em cenário de pluralismo;
- A aceleração da produção de sondagens no último trimestre do ano, após o pedido de demissão apresentado pelo Primeiro-Ministro a 7 de novembro, crescendo, face às parcerias dos barómetros políticos regulares, o número de empresas (Consulmark2) e de órgãos de comunicação social (Nascer do Sol, TVI e CNN Portugal) a produzir e publicar, respetivamente, sondagens sobre intenções de voto legislativo.

2.2 TEMAS ABORDADOS

2.2.1 ABORDAGEM DOS TEMAS DAS SONDAJENS

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”.

2.2.2 OS TEMAS ABORDADOS EM 2023

Os dados relativos à distribuição dos depósitos, de acordo com os grandes grupos temáticos, mostram que, aqueles que se referem às “atividades dos órgãos constitucionais e dos seus representantes”, à “intenção e sentido de voto” e à “avaliação dos órgãos e dos atores políticos”, foram os que tiveram maior proeminência nas sondagens depositadas

em 2023, sendo observáveis em, respetivamente, 88,3 %, 73,3 %, 66,7 % dos depósitos (v. Figura 8). Face a 2022, é de notar a maior relevância assumida pelas temáticas ligadas às “atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes”. Este grupo temático, que registou aumento superior a 30 pontos percentuais em 2023, caracteriza-se por englobar um leque de 39 referências temáticas distintas, das quais se destacam as relativas às “expectativas sobre as atividades do Presidente da República” e à “organização e funcionamento do Governo” (presentes em 22 depósitos e 17 depósitos, respetivamente).

O segundo grupo temático a evidenciar-se em 2023 agrega as referências temáticas relativas à “intenção e sentido de voto”, destacando-se, como habitualmente, as questões relativas às “intenções de voto legislativo” (referência em 34 depósitos de sondagens). Como anteriormente já aflorado, as questões sobre voto legislativo são um tema praticamente ininterrupto nas sondagens políticas, já que, normalmente, são uma das questões integrantes dos barómetros políticos regulares.

Por fim, destaque também para o grupo que concentra os temas relacionados com a “avaliação dos órgãos e atores políticos”, destacando-se que, ao contrário de anos anteriores, fruto do contexto político e mediático, foi mais visada a “imagem dos líderes partidários” (presença em 27 depósitos), do que a imagem do “Presidente da República” e do “Primeiro-Ministro” (presença em 25 e 23 depósitos, respetivamente).

FIG. 8 – PRINCIPAIS TEMAS ABORDADOS PELAS SONDAÇÕES EM 2023

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos	(%)
Grupo 1 - Atividade dos órgãos constitucionais e seus representantes (Presente em 88,3 % dos depósitos)	Expectativas em relação à atividade da Presidência da República	22	36,7 %
	Organização e funcionamento do Governo	17	28,3 %
	Expectativas em relação à ação governativa	16	26,7 %
	Políticas Fiscais/Financeiras	12	20,0 %
	Relação da Presidência da República com o Governo	11	18,3 %
	Políticas de Ordenamento do Território	10	16,7 %
	Políticas Económicas	10	16,7 %
	Políticas para a Educação	10	16,7 %
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto (Presente em 73,3 % dos depósitos)	Voto legislativo	34	56,7 %
	Intenção de ir votar	33	55,0 %
	Voto regional	10	16,7 %
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos (Presente em 66,7 % dos depósitos)	Imagem dos líderes partidários	27	45,0 %
	Imagem do Presidente da República	25	41,7 %
	Imagem do Governo	23	38,3 %
	Imagem do Primeiro-Ministro	23	38,3 %
	Imagem dos Ministros	18	30,0 %
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios (Presente em 53,7 % dos depósitos)	Imagem do Parlamento	14	23,3 %
	Perfil para Primeiro-Ministro	11	18,3 %
	Cenários Pós-Eleitorais	10	16,7 %

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 10 ocorrências.

Total de depósitos N=60 (2023).

Total de temas distintos registados N=101 (2023).

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.

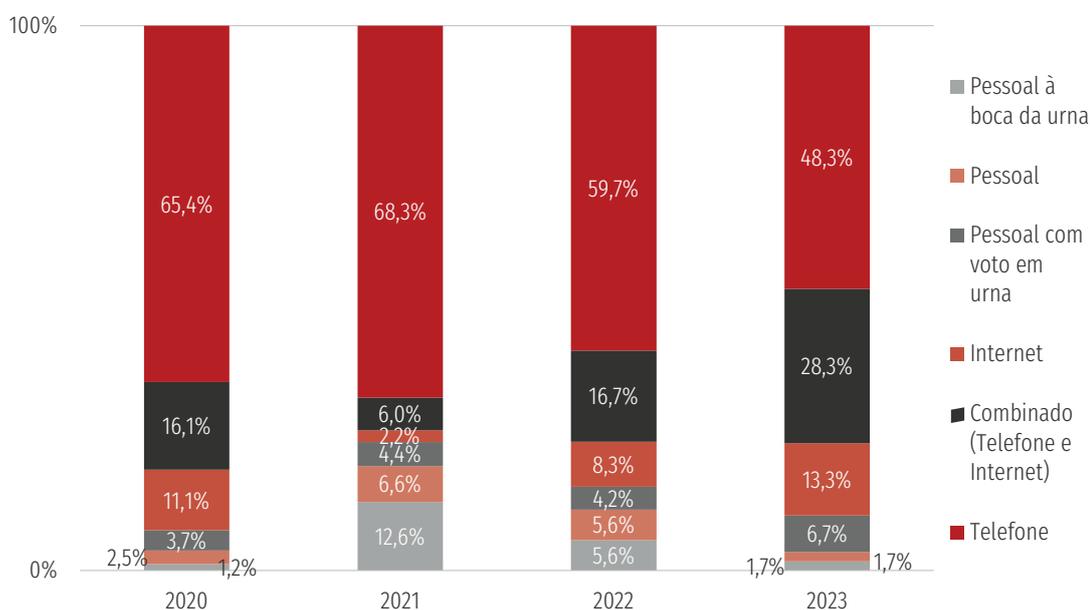
3.1 MÉTODOS DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

No que concerne às técnicas de recolha da informação utilizadas nas sondagens depositadas, 2023 seguiu o padrão dos anos precedentes, observando-se que 90,0 % dos estudos depositados foram realizados através de entrevistas não presenciais.

A entrevista telefónica continua a ser a técnica mais utilizada (48,3 %), ainda que o seu peso relativo tenha vindo a baixar nos últimos anos (v. Figura 9). A Intercampus e a 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, combinadas com entrevistas *online*, via CAWI) e de entrevistas exclusivamente *online* (28,3 % e 13,3 %, 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 com recolha de intenção de voto em urna, utilizadas sobretudo pelo ICS-ISCTE na produção de sondagens regulares para os órgãos do Grupo Impresa (6,7 %). Por fim, nota para a utilização da entrevista pessoal à boca das urnas, na sondagem pós-eleitoral realizada pela UCP-CESOP para a RTP, no dia da eleição regional da Madeira 2023.

FIG. 7 – PERCENTAGEM DE SONDAGENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (2019-2022)

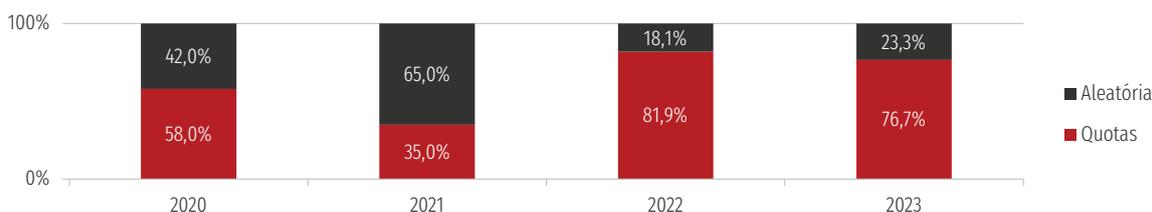


Total de depósitos: N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).

3.2 MÉTODOS DE SELEÇÃO DE AMOSTRAS

No campo dos métodos de seleção das amostras, continuou a verificar-se a predominância das amostras por quotas (76,7 %) (v. Figura 10). Observando os últimos quatro anos, verifica-se que as amostras aleatórias apenas foram predominantes em 2021, 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 o método de quotas na seleção das suas amostras. No caso concreto de 2023, é fácil de observar que grande parte do peso dos métodos de seleção por quotas é reflexo direto das sondagens realizadas pela Aximage e Intercampus, empresas que, em conjunto, são responsáveis por 70,0 % dos depósitos realizados no ano ao abrigo da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

FIG. 10 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR MÉTODO DE SELEÇÃO DAS AMOSTRAS ² (2020-2023)

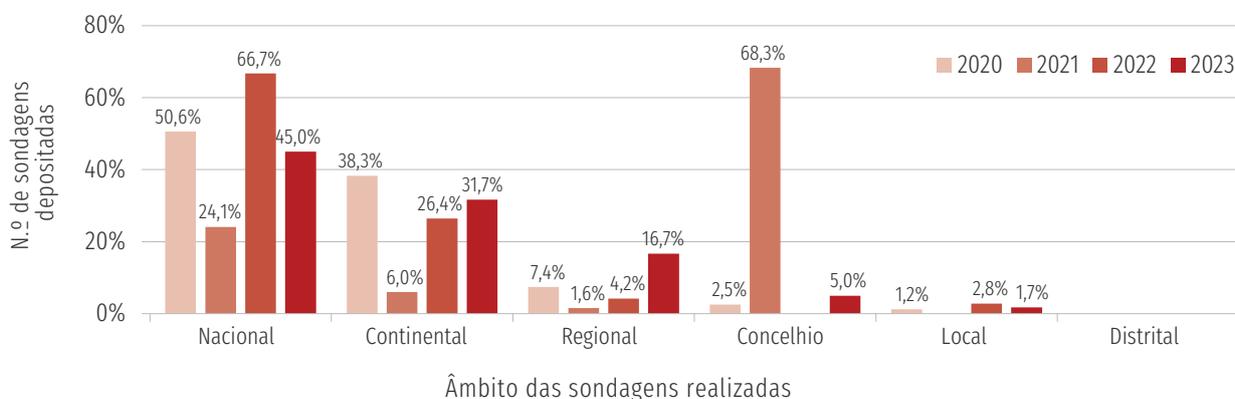


Total de depósitos: N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).

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, sendo de destacar neste particular, dadas as eleições na Madeira, que as sondagens de âmbito regional representaram 16,7 % do total de depósitos realizados em 2023 (v. Figura 11). Não obstante, as sondagens com amostras de âmbito nacional e continental foram predominantes (45,0 % e 31,7 %, respetivamente), relacionando-se a maior parte destes estudos (32 de um subtotal de 46 depósitos) com os barómetros políticos regulares produzidos durante o ano. Com valores muito residuais, surgem os estudos com amostras de âmbito concelhio (5,0 %), em Leiria e Figueira da Foz, e local (1,7 %), na União das Freguesias de Leiria, Pousos, Barreira e Cortes.

FIG. 11 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR ÂMBITO GEOGRÁFICO DAS AMOSTRAS (2020-2023)



Total de depósitos: N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).

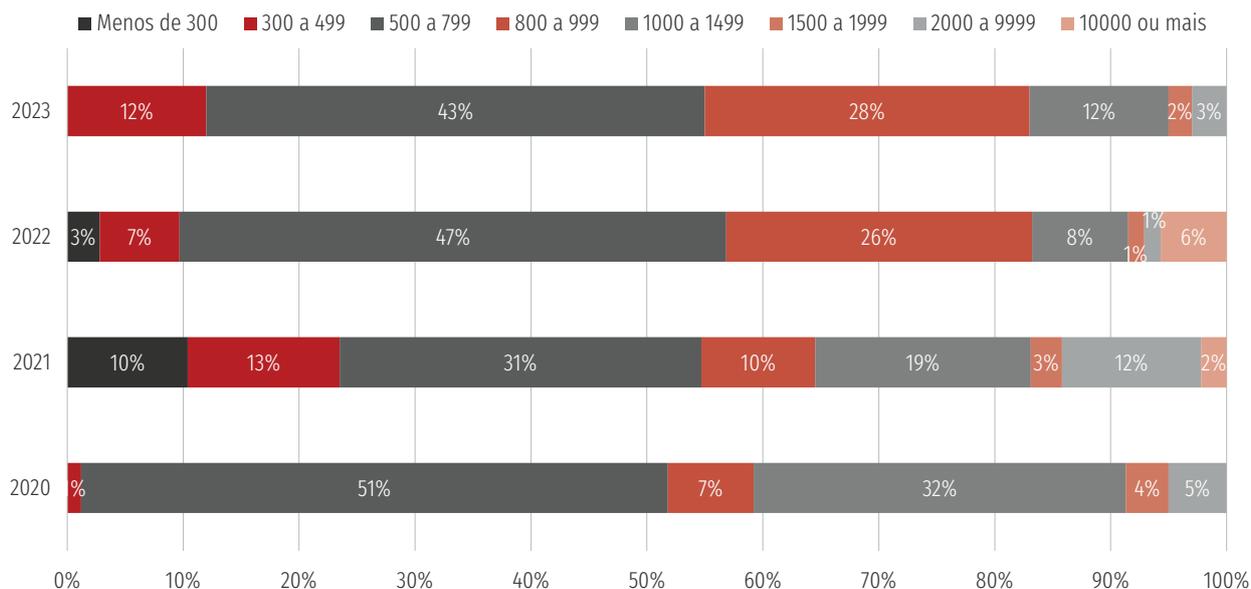
² A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na base de dados anterior. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método **misto** 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 2023, foram realizadas 51 598 entrevistas por questionário no âmbito das sondagens políticas produzidas para divulgação pública, tendo sido efetuadas e validadas menos 100 730 entrevistas do que no ano precedente. Esta grande diminuição no número de entrevistas realizadas relaciona-se diretamente com a natureza dos atos eleitorais ocorridos nos dois anos em questão, sendo que as eleições legislativas realizadas em 2022 motivaram a realização de mais sondagens, designadamente das pós-eleitorais com amostras de dezenas de milhares de entrevistados, do que as eleições regionais de 2023.

A média de inquiridos com entrevista validada por sondagem em 2023 fixou-se em 1147 inquiridos. Excluindo a sondagem pós-eleitoral à boca de urna nas eleições regionais da Madeira, essa média baixa para 990 inquiridos por sondagem, valor superior ao verificado para 2022 (725,7 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 43 % do total de depósitos de 2023) (v. Figura 12). Quanto aos extremos, valor menor e maior das amostras, a amostra mais pequena (N=400) pertence a uma sondagem pré-eleitoral de âmbito regional realizada pela Intercampus aos habitantes do Arquipélago da Madeira e a amostra de maior dimensão (N=8 021) foi registada pela UCP-CESOP no âmbito de uma sondagem à boca-da-urna realizada no dia das eleições regionais da Madeira.

FIG. 10 – PERCENTAGEM DE SONDAJENS POR ESCALÃO DE DIMENSÃO DAS AMOSTRAS (2019-2022)



Total de depósitos: N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).



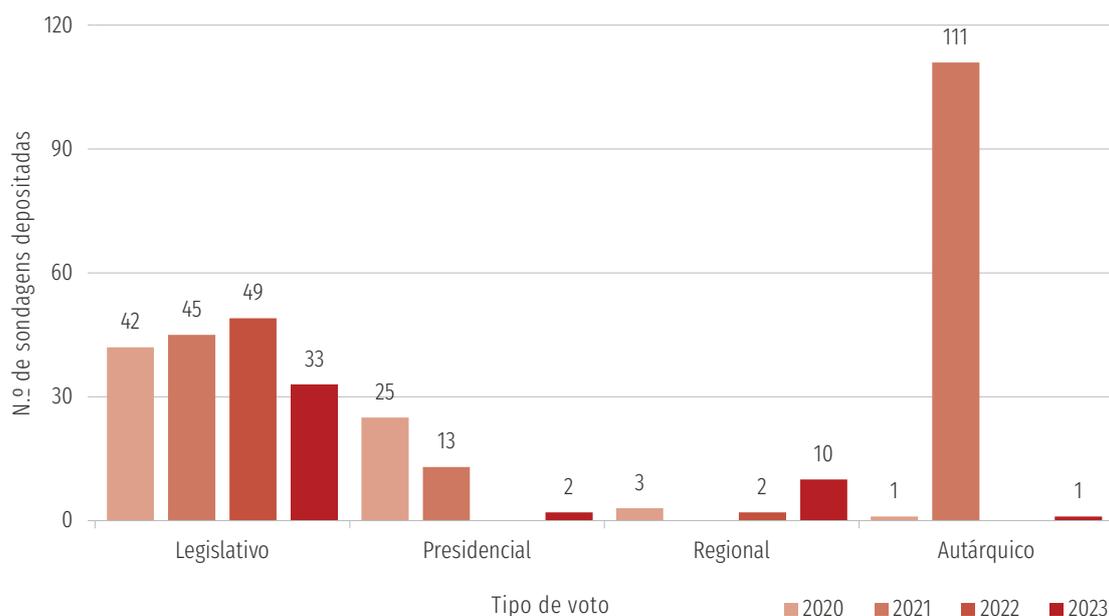
4. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2023

4.1 CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 43 das 60 sondagens depositadas em 2023 (71,7 %), proporção ligeiramente superior à apurada para o ano anterior (70,8 %) (v. Figura 13). O tipo de voto mais visado nas sondagens realizadas para divulgação pública, em 2022, foi o legislativo, presente em 33 depósitos. Destas sondagens, 10 foram depositadas nos dois últimos meses do ano, após o pedido de demissão do Primeiro-Ministro, a 7 de novembro, tendo as restantes sido depositadas ao longo do ano, sobretudo como parte integrante dos barómetros políticos regulares. Uma das sondagens sobre voto legislativo é de âmbito concelhio, foi conduzida pela Aximage, na Figueira da Foz, e destaca-se por também ter sido a única a visar o sentido de voto autárquico em 2023. 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 diminuiu em 2023 face aos três anos anteriores, depositando-se, em média, face à média mensal desse triénio, menos uma sondagem por mês com voto legislativo.

O sentido de voto regional foi visado em 10 dos estudos depositados em 2023, tratam-se de nove sondagens pré-eleitorais (quatro realizadas pela Aximage para o DN Madeira e TSF Madeira; três conduzidas pela Intercampus para o JM-Madeira e 88.8 FM; uma efetuada pela Metris para o Jornal Económico; e uma da responsabilidade da UCP-CESOP para a RTP) e uma pós-eleitoral, à boca das urnas, no dia da eleição (também realizada pela UCP-CESOP para a RTP). No que concerne o sentido de voto em presidenciais, nota para duas sondagens produzidas pela Intercampus para o Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios (barómetros mensais de fevereiro e junho). Quanto à natureza das sondagens, foram contabilizadas 42 sondagens pré eleitorais, sobre intenção de voto, e uma sondagem pós-eleitoral, realizada à boca das urnas, no dia da eleição das regionais da Madeira, sobre o sentido do voto exercido.

FIG. 13 – NÚMERO DE SONDAJENS DEPOSITADAS, POR TIPO DE VOTO (2020-2023)



Total de depósitos: N=88 (2019); N=81 (2020); N=183 (2021); N=72 (2022); N=60 (2023).

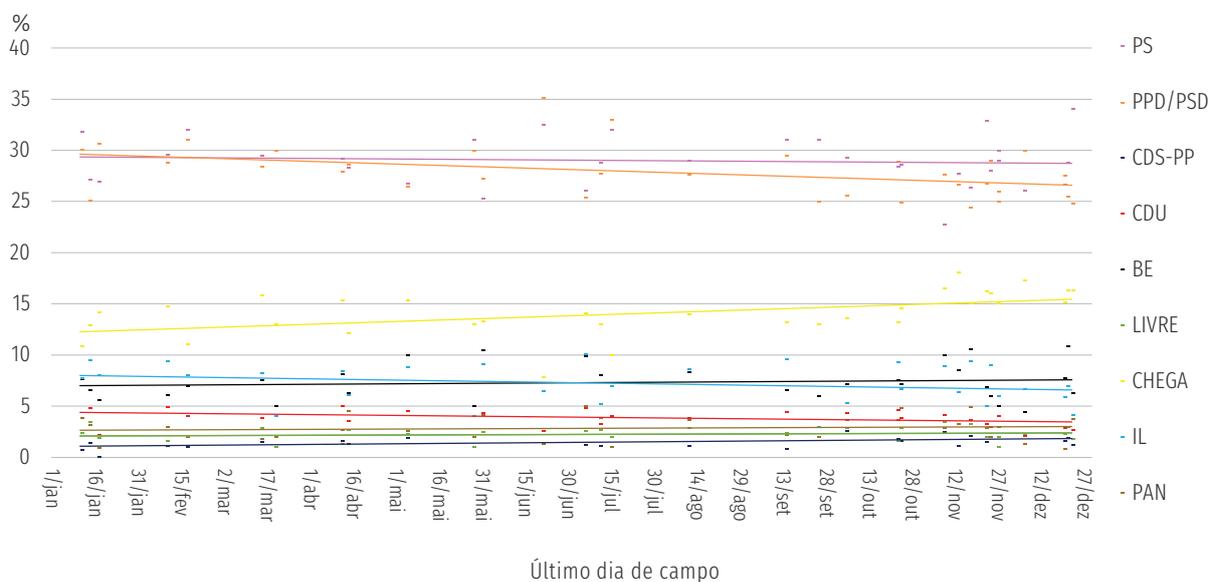
Foram seis as empresas (Aximage, Consulmark2, ICS-ISCTE, Intercampus, Pitagórica e UCP-CESOP) que realizaram depósitos de sondagens pré-eleitorais com intenções de voto legislativo. Tal como nos anos anteriores, continuou a verificar-se pluralismo no mercado de sondagens, quer no domínio da oferta (empresas de sondagens), quer no domínio da procura (clientes).

No total, foram realizadas 32 sondagens, com amostras nacionais ou continentais, sobre intenção de voto legislativo (v. Figura 14). A Intercampus é a empresa que mais se destaca, acumulando 13 depósitos de sondagens com perscrutação de voto legislativo (11 barómetros políticos mensais e duas sondagens, intercalares aos barómetros, em maio e novembro, de atualidade política), realizados para divulgação no Correio da Manhã, CMTV e Jornal de Negócios. Destaque também para a Aximage, pela produção de oito sondagens sobre intenção de voto (de carácter nacional), cinco no âmbito dos barómetros políticos regulares contratados pelo Jornal de Notícias, Diário de Notícias e TSF e duas sondagens de atualidade política realizadas para a TVI e a CNN Portugal, nos meses de outubro e novembro. De salientar que estes dois órgãos da Media Capital interromperam, no início do ano, a contratação do barómetro político da Pitagórica, tendo, no entanto, ainda sido produzida a vaga de janeiro com recolha do sentido de voto legislativo.

Ainda dentro do espectro das sondagens regulares com voto intenção de voto legislativo, destaque para as quatro sondagens produzidas pelo ICS-ISCTE para o Grupo Impresa, bem como as quatro sondagens produzidos pela UCP-CESOP (três para a RTP e Público e uma sondagem designada “Estudo sobre sondagens de comportamento de voto” realizada por iniciativa própria). No que concerne aos barómetros políticos realizados pelo ICS-ISCTE, nota para a sondagem de dezembro, na qual as intenções de voto foram desdobradas em dois cenários alternativos, de modo a refletir as dinâmicas partidárias, quanto à disputa da liderança no Partido Socialista.

Por fim, destaque para as duas primeiras vagas de um conjunto de sondagens com intenção de voto legislativo, produzidas pela Consulmark2, no mês de dezembro, para o jornal Nascer do Sol, dentro da estratégia jornalística delineada pelo jornal relativamente à cobertura das eleições legislativas antecipadas de 2024. Relativamente a este conjunto de sondagens sobre intenção de voto legislativo, importa destacar que se verificou não só pluralismo de produtores e de patrocinadores (clientes), mas também a existência de diversidade nos processos de construção das amostras, na forma de recolha da informação e nas hipóteses de redistribuição dos indecisos. Importa dar nota, no domínio das projeções, que a Intercampus parou, desde fevereiro de 2022, de redistribuir indecisos nas questões de intenções de voto das suas sondagens. As restantes empresas (Aximage, Consulmark2, ICS-ISCTE, Pitagórica e UCP CESOP), regra geral, apresentam tanto os resultados diretos de voto, como uma projeção dos resultados após redistribuição dos indecisos.

FIG.20 – TENDÊNCIA DA EVOLUÇÃO DAS INTENÇÕES DE VOTO LEGISLATIVO EM 2022



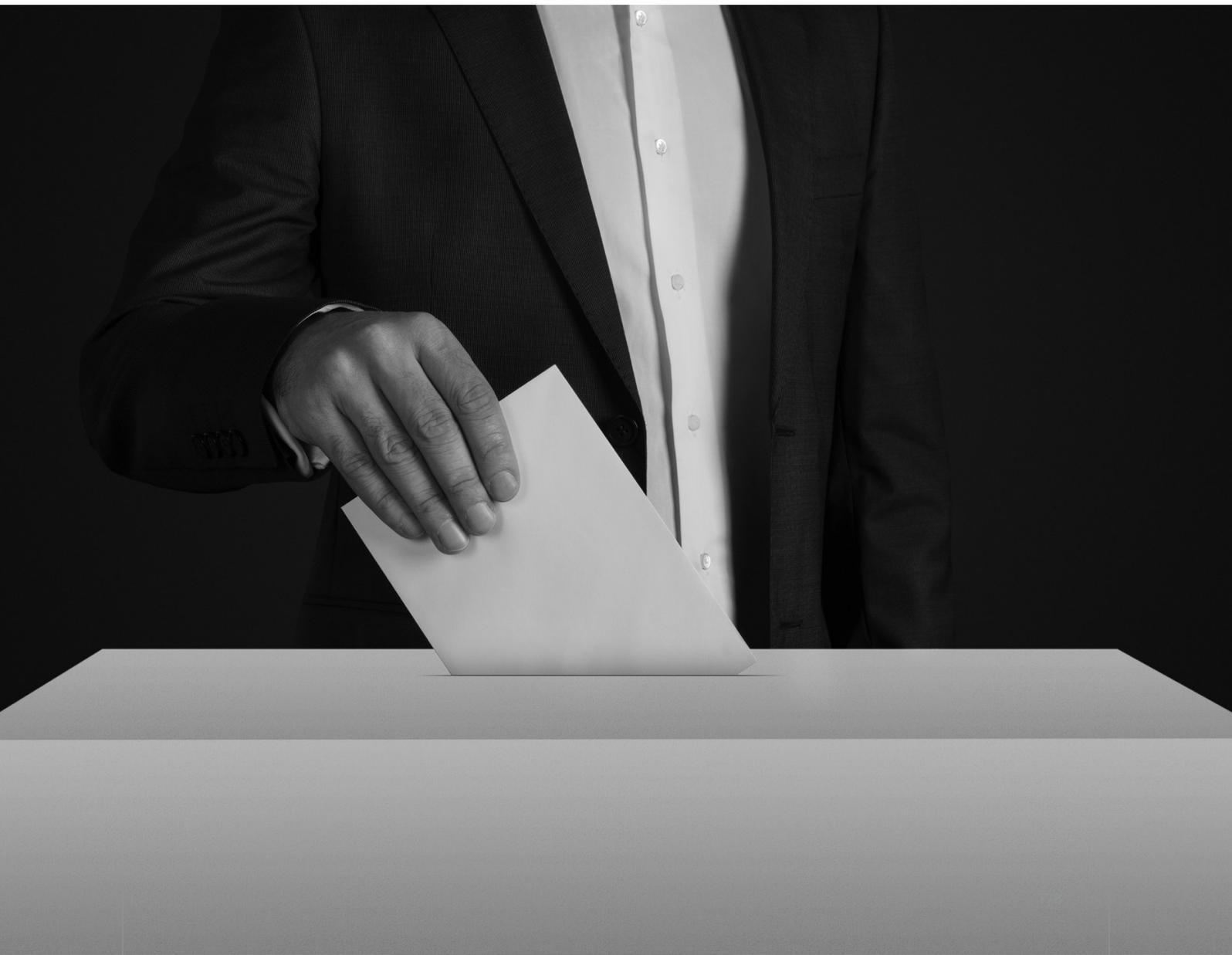
Depósitos de sondagens, com trabalho de campo realizado em 2023 e com universo-alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas para a Assembleia da República: N=32 (2023). Cenários de intenções de voto legislativo registadas com universo nacional ou continental N=33 (2023). Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

Quanto às sondagens pós-eleitorais, também conhecidas por sondagens “à boca da urna”, apenas se verificou um registo em 2023, da responsabilidade da UCP-CESOP para a RTP, no dia das eleições para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira. Estas sondagens distinguem-se das pré-eleitorais, porque o foco das mesmas não são as intenções de voto, mas sim o voto efetivamente já 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 do estudo efetuado pela UCP-CESOP é positivo, estando a ordenação das candidaturas a par com resultado apurado, fixando-se o desvio médio, entre as projeções da sondagem “à boca das urnas” e os resultados eleitorais, para as oito candidaturas mais votadas, num valor inferior a um ponto percentual (0,80) (v. Figura 15).

FIG. 15 – SONDAÇÃO PÓS-ELEITORAL À BOCA DA URNA PARA A ELEIÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA DE 2023

	%							
	PPD/PSD CDS-PP	PS	JPP	CHEGA	PCP-PEV	IL	PAN	BE
Resultados eleitorais	43,13	21,30	11,03	8,88	2,72	2,63	2,25	2,24
Projeção sondagem à boca da urna UCP/CESOP	[44,0;48,0]	[18,0;21,0]	[9,0;12,0]	[8,0;10,0]	[2,0;3,0]	[2,0;4,0]	[1,0;3,0]	[2,0;3,0]

Fonte dos resultados eleitorais: Secretaria-Geral da Administração Interna. Acedido a 10 de maio de 2023 em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/regionais2023/resultados/territorio-nacional>.

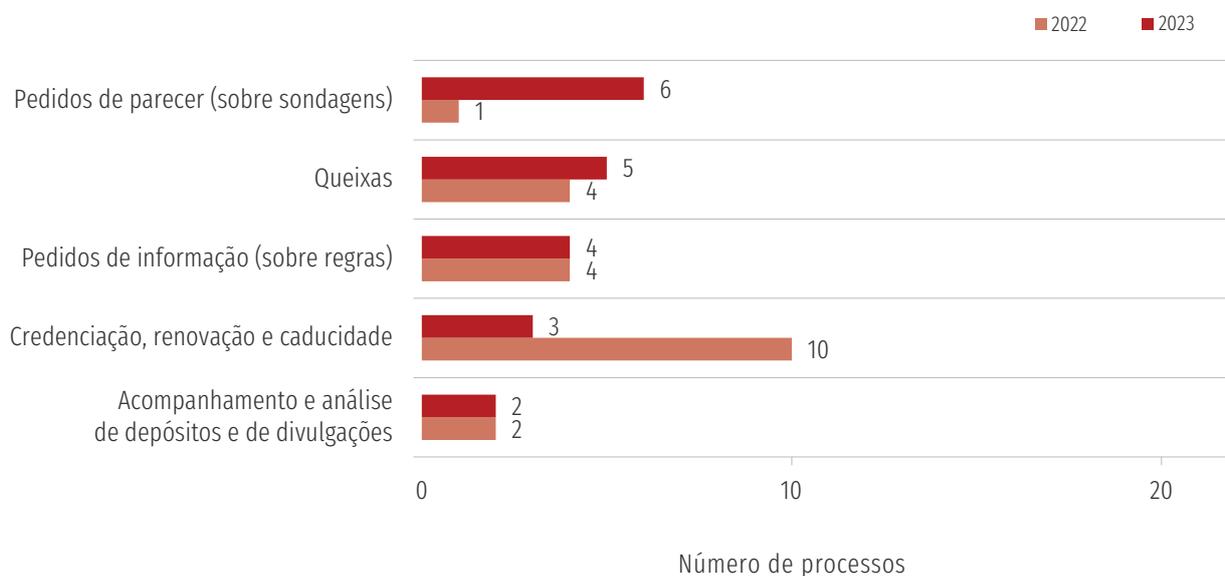


5. PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES³

5.1 NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

Em 2023, foram desencadeados 20 processos relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, número muito próximo do verificado em 2022 (N=21) e que representa, em média, a abertura de 1,7 processos por mês. Atentando no conjunto de procedimentos desencadeados em 2022, em matéria de estudos de opinião, verifica-se que a maioria foi resultante de “Pedidos de parecer sobre sondagens” (6), de “Queixas” (5) e de “Pedidos de informação” relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (4). Os restantes processos decorreram da “Credenciação, renovação e caducidade” das licenças para a realização de sondagens (3) e do “Acompanhamento e fiscalização de depósitos e divulgações de estudos de opinião” (2) (v. Figura 16). Face a 2022, é visível uma alteração na estrutura do tipo de processos iniciados, diminuindo o número de processos relacionados com credenciações e aumentando o número de pedidos de parecer sobre sondagens depositadas e publicadas.

FIG. 22- NÚMERO DE PROCESSOS DESENCADEADOS (2021 E 2022)



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=21 (2022); N=20 (2023).

Foram encerrados, em 2023, um total de 24 procedimentos, dos quais 16 foram desencadeados no próprio ano, dois em 2022 e seis em 2021 (v. Figura 17). Os procedimentos resultantes de “Queixas” (7) e de “Pedidos de informação” relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (6) foram o tipo predominante de processos encerrados. A taxa de conclusão dos processos iniciados no próprio ano fixou-se em 80 %.

³ 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.

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. Em complementaridade, e com conteúdos dirigidos tanto aos órgãos de comunicação social, como ao público em geral, começaram a ser preparados materiais para uma ação de literacia mediática sobre sondagens, planeada para o início de 2024, antes das eleições legislativas. 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. 17 – PROCESSOS ENCERRADOS EM 2023 POR TIPO E ANO DE ABERTURA

ANO	2021	2022	2023	Total	Total
Queixas	5	1	1	7	6
Pedidos de informação (sobre regras)	1	1	4	6	6
Pedidos de parecer (sobre sondagens)			6	6	11
Credenciação, renovação e caducidade			3	3	4
Acompanhamento e análise de depósitos e de divulgações			2	2	10
Total	6	2	16	24	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 subuniverso 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; Correio eletrónico - estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico; Internet - estudos realizados <i>online</i> através do acesso a um portal localizado na internet.
Métodos de seleção das amostras	Aleatório - método de seleção em que cada membro do universo (ou subuniverso) 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
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.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE *MEDIA* EM PORTUGAL - 2023



1. VISÃO GLOBAL

Muito se fala de concentração no setor de comunicação social mas ainda existe bastante dispersão. Dispersão de produção, distribuição e consumo de conteúdos. Dispersão de produção através da proliferação de novas entidades coletivas (empresas de *streaming*) e individuais (*influencers/vloggers*). Dispersão de distribuição e consumo potenciada pela crescente variedade de aparelhos que suporta texto, som e imagem de forma totalmente integrada e consegue distribuí-los de forma imediata. Esta fusão entre texto, som e imagem esbate as diferenças entre os órgãos de comunicação social tradicionais, pelo que o investimento no digital é incontornável.

Não é de estranhar que o crescimento da publicidade digital e o decréscimo da publicidade na televisão tradicional sejam tendências globais.

Em Portugal, a publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, em 2023, mas a sua evolução apresentou um comportamento misto entre as principais instituições¹. Verificou-se um aumento das receitas de publicidade do segmento de televisão, mas mais centrado nos canais de televisão por subscrição (STVS) em detrimento do *free-to-air*. As restantes linhas de negócio apresentaram um peso na estrutura de receitas das empresas muito inferior ao da publicidade, embora em casos pontuais, seja visível o aumento da diversificação.

¹ Agência Lusa, Media Capital, Media Livre, Impresa, RTP

O mercado de publicidade global deverá continuar a crescer, muito por conta do digital. No entanto, existem evidências que sugerem que a publicidade digital tende a afastar-se de *sites* noticiosos e as exigências colocadas à publicidade tradicional, designadamente regulatórias, nem sempre encontram equivalência no mundo *online*.

Os ambientes digitais estão a mudar. A concorrência de novos intervenientes e a inteligência artificial estão a forçar que as redes sociais tradicionais se reinventem. Antes um local de interação e partilha de conteúdos, as redes sociais, atualmente, são mais parecidas com uma televisão, onde as pessoas assistem a vídeos sem interagir com os mesmos. A “conversa” entre pessoas está a sair destas redes sociais em direção a plataformas com maiores garantias de privacidade.

O consumo de notícias é cada vez mais fragmentado entre plataformas e a utilização de vídeo como fonte noticiosa tem vindo a crescer, especialmente entre os mais jovens. A principal fonte de conteúdos de vídeo noticiosos são as plataformas de partilha de vídeo em detrimento dos *sites* dos *publishers*, o que aumenta os desafios de monetização de produção de conteúdos e conexão destes últimos.

Há nichos de mercado ainda por ocupar. Existe procura por outras perspetivas e outros pontos de vista, em contraste com aquilo que as organizações jornalísticas *mainstream* não cobrem ou não mostram. O que não existe é um modelo de negócio certo ou errado, existem modelos diferentes função dos clientes-alvo e da estrutura empresarial e cultural da empresa, no que diz respeito a recursos humanos, tecnológicos e financeiros.

A emergência de novas tecnologias continua e em particular, a Inteligência Artificial, pode constituir uma ameaça mas também uma oportunidade para as empresas do setor. A nível de conteúdos, esta tecnologia pode potenciar a proliferação de falsidades mas do ponto de vista operacional das organizações pode tornar-se numa importante ferramenta de trabalho com várias valências.

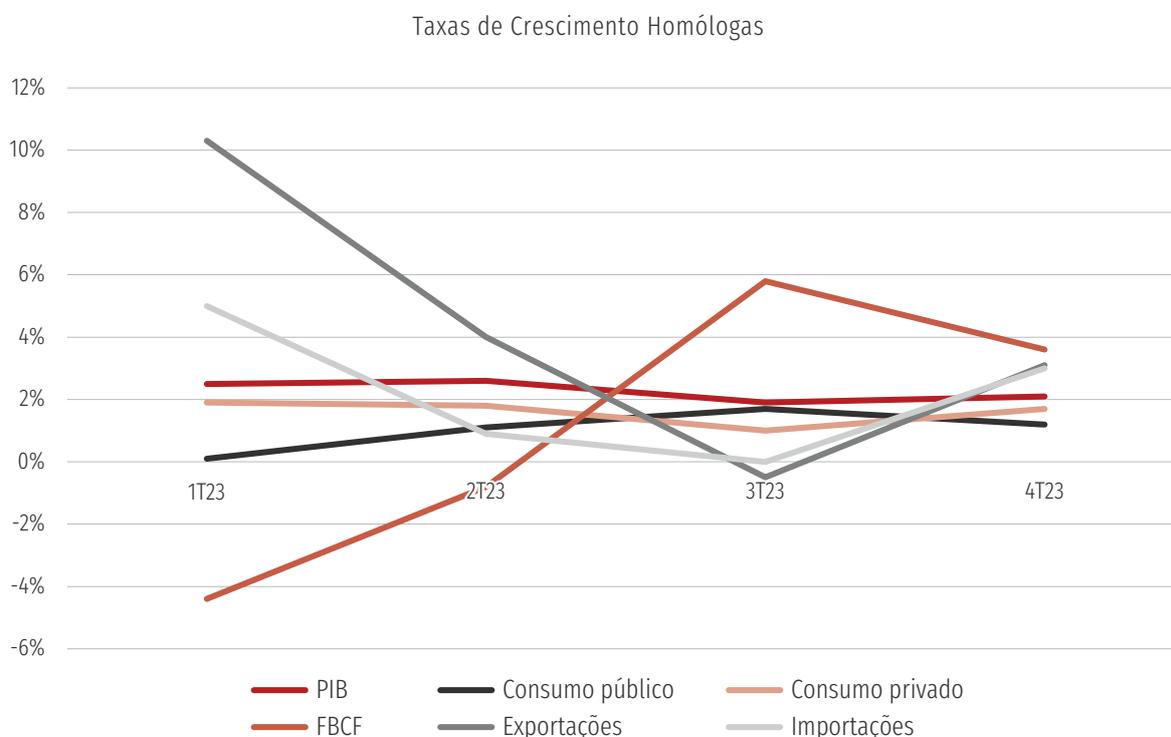


2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

Contexto macroeconómico em 2023

Os dados do Instituto Nacional de Estatísticas mostram que a economia portuguesa cresceu em torno dos 2 % durante o ano de 2023, a evidenciar uma ligeira desaceleração no segundo semestre do ano. O consumo público e a formação bruta de capital fixo aceleraram e as exportações e o consumo privado desaceleraram (Figura 1).

FIG. 1 - DESACELERAÇÃO LIGEIRA DO CRESCIMENTO AO LONGO DO ANO



Fonte: INE - Contas Nacionais SEC2010 Base2016 - Extração 24/4/2024. Elaboração ERC.

De acordo com a mesma fonte, a taxa de desemprego situou-se em 6,5 % em 2023, mais 0,4 % que no final de 2022. A inflação desacelerou com o índice harmonizado a atingir uma média de 5,3 % face a 8,1 % no ano anterior.

Mercado Publicitário

O mercado publicitário, principal fonte de receitas das empresas de *media*, tem uma correlação positiva com a atividade económica.

De acordo com as informações recolhidas pela GroupM², em 2023, o mercado publicitário expandiu-se globalmente 5,8 %, atingindo 889 mil milhões de dólares. Apesar do crescimento positivo, o ano de 2023 foi mais um ano de desaceleração, resultado da inflação, de crescentes taxas de juros, da desaceleração na China e ainda de alguns impactos da pandemia.

² This Year Next Year: 2023 Global End-Of-Year Advertising Forecast - 4 de dezembro de 2023

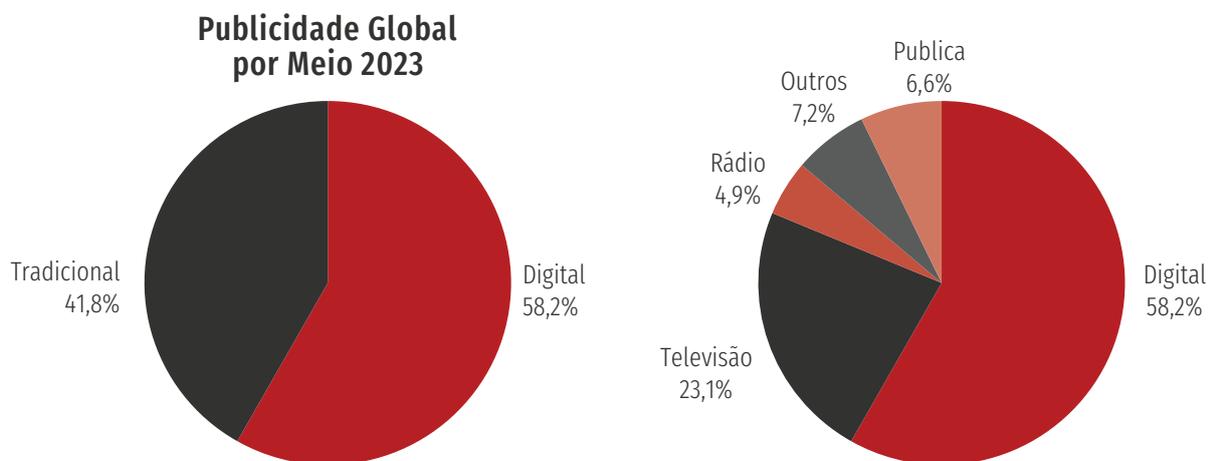
³ Estes dados excluem os gastos de campanha política nos EUA

Por meio, observou-se globalmente um decréscimo de 1,9 % das receitas de publicidade na televisão e um crescimento de 9,2 % no digital. Dentro do digital, a publicidade em órgãos de comunicação social cresceu 9,8 %, atingindo 119,4 mil milhões de dólares, e 7,8 % em motores de busca, o segundo segmento com crescimento mais rápido dentro do digital, que atingiu os 200 mil milhões de dólares em 2023.

Na rádio, as receitas de publicidade decresceram 2,9 % (a taxa de crescimento das receitas publicitárias na rádio incluem *streaming*). As receitas de publicidade de publicações periódicas desceram 4,6 %.

Já de acordo com a Dentsu⁴, o crescimento das receitas publicitárias globais, em 2023, atingiu 3,3 %, a refletir uma contração de 4,4 % na televisão (165,7 mil milhões de dólares) e de 5,5 % na imprensa escrita (47,4 mil milhões de dólares). Opostamente, o digital cresceu 7,6 % (418,3 mil milhões de dólares).

FIG. 2 -GLOBALMENTE A PUBLICIDADE DIGITAL ULTRAPASSA A TRADICIONAL



Fonte: Dentsu – Global Ad Spend Forecasts – Maio 2024. Elaboração ERC.

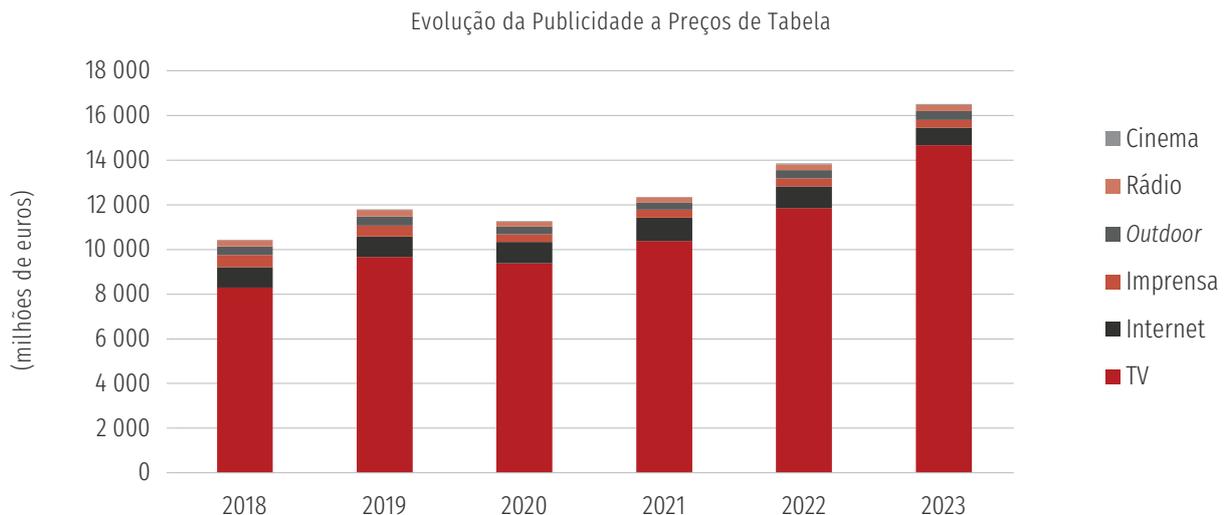
Independentemente da fonte, parece ser uma tendência global o crescimento da publicidade digital e um decréscimo da publicidade na televisão.

Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com os números da MediaMonitor⁵, em Portugal, todos os segmentos de publicidade apresentaram expansão, com exceção da imprensa e 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 23,7 %. A publicidade na rádio cresceu 4,5 % face a 2022 e a imprensa voltou a apresentar uma contração do investimento publicitário de 2,8 %.

⁴ Ad spend growth tracks ahead of the economy: Dentsu revise up global ad spend growth forecasts to 5.0% for 2024 – 29 de maio de 2024

⁵ Media and Advertising Global Report 2023 (Yumi).

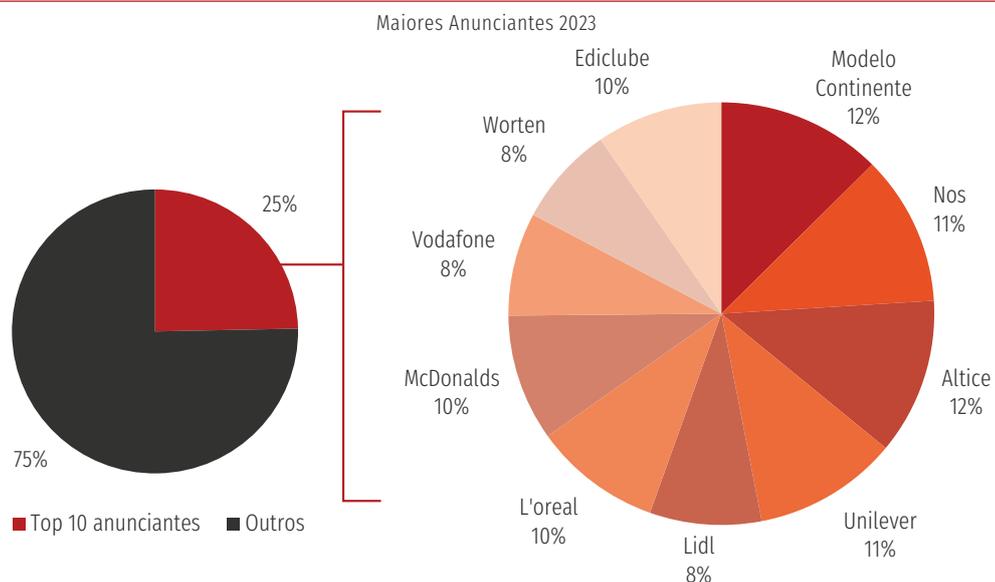
FIG. 3 - MERCADO PUBLICITÁRIO APONTA PARA UMA QUEBRA DAS RECEITAS PUBLICITÁRIAS NA INTERNET



Fonte: Markttest, "Anuário Meios e Publicidade 2019", "Anuário Meios e Publicidade 2020", "Media and Advertising Global Report 2021, 2022 e 2023 (Yumi)". Elaboração ERC.

A Modelo Continente assumiu-se como o maior anunciante do mercado português, movimentando um investimento publicitário na ordem dos 511 milhões de euros (valor a preços de tabela). Seguiram-se a Altice, com 487 milhões de euros, e a NOS, com cerca de 468 milhões de euros (Figura 4). Se se olhar para a evolução da concentração de anunciantes nos últimos anos, ela tem vindo a subir ligeiramente (em 2018, os 10 maiores anunciantes concentravam 21 % do investimento).

FIG. 4 - CONCENTRAÇÃO CRESCENTE DE ANUNCIANTES



Fonte: Markttest, "Media and Advertising Global Report 2023 (Yumi)". Elaboração ERC. Preços de Tabela.

Entre as agências de meios, foi a Arena, com cerca de 1,7 mil milhões de euros, que representou maior volume de investimento publicitário, no acumulado de janeiro a dezembro de 2023. A segunda posição ficou nas mãos da Carat, que totalizou cerca de 1,7 mil milhões de euros, seguida pela OMD, que fechou o ano com 1,7 mil milhões de euros. O top cinco ficou completo com a Wavemaker (1,4 mil milhões de euros) e a Initiative (1,3 milhões de euros).

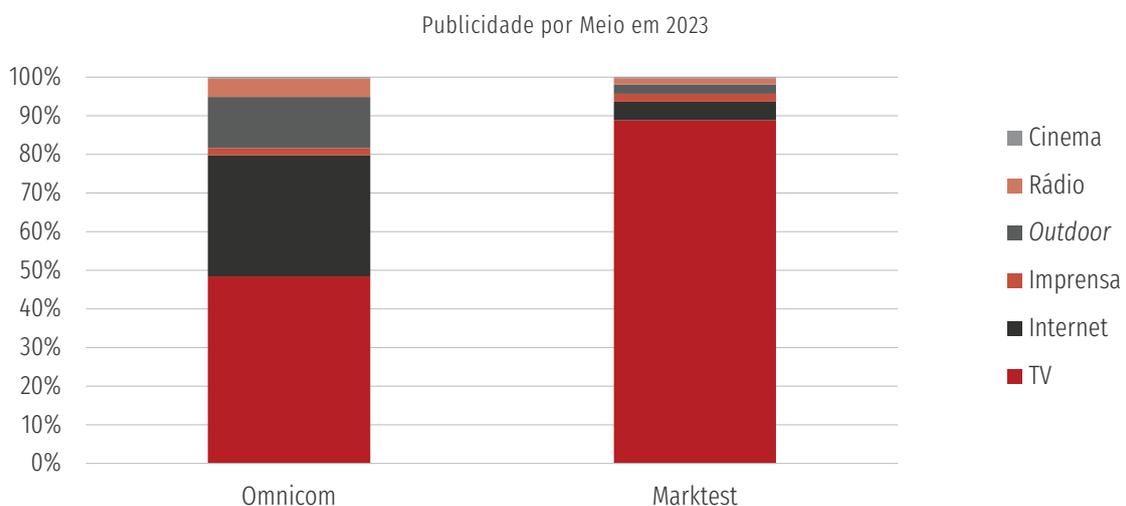
A Fuel liderou o ranking das agências criativas, com um investimento próximo dos 1011 milhões de euros, a preços de tabela. Nos lugares seguintes surgiram a O Escritório (736 milhões), a Publicis (733 milhões), a VMLY&R (710 milhões) e a Dentsu (705 milhões).

O mercado das agências de meios é bastante concentrado. Em 2023, as dez maiores agências de meios concentraram 72 % do investimento publicitário, enquanto os dez maiores anunciantes concentraram 25 % e as 10 maiores agências criativas 39 %, a preços de tabela. Estes números comparam com 72 %, 23 %, e 45%, respetivamente, em 2022, pelo que pode dizer-se que se está a assistir a alguma estabilização nos níveis de concentração do mercado.

Os dados da MediaMonitor, calculados a preços de tabela, retratam a realidade de forma díspar, e até mesmo contraditória, às tendências globais do mercado publicitário descritas pela GroupM e pela Dentsu e às tendências portuguesas calculadas pela Omnicom, estas sim, a preços reais.

A empresa Omnicom *Media Group* publica dados a preços reais (ou tenta aproximar-se) e, nesta ótica, o mercado publicitário português valeu 681 milhões de euros, apenas 4,1 % 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 0,4 % em 2023. Por outro lado, a publicidade digital expandiu-se 16,5 %, uma aceleração face a 2022.

FIG. 5 – RETRATO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS DISSONANTE



Fonte: Marktest, "Media and Advertising Global Report 2022 (Yumi)" e Fonte: Omnicom Media Group 2023. Elaboração ERC.

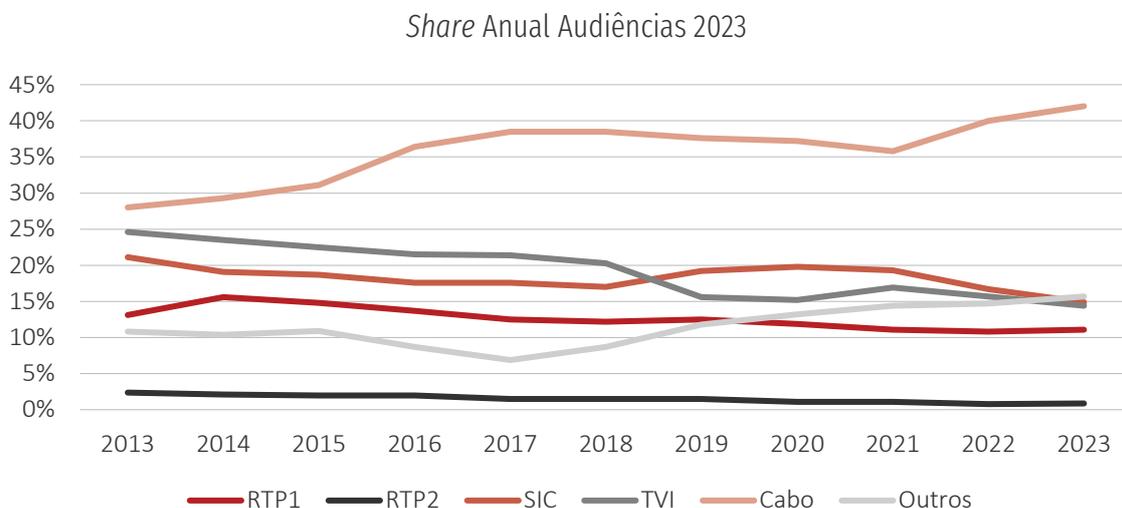
Num outro ângulo, e de acordo com o Relatório e Contas de 2023 do Grupo *Media Capital S.G.P.S., S.A.*, o mercado publicitário de agências, antes de *rappel*, registou - em termos acumulados e face a 2022 - um aumento nominal de 9 %. Um valor que revela uma ligeira aceleração face aos 8 % de aumento registados em 2022. O aumento mais significativo em termos absolutos registou-se nos canais digitais, com um incremento de 17 % face ao período homólogo, seguido do segmento de *outdoors*, com um crescimento de 25 %. O segmento de televisão assistiu a dois movimentos contrários: enquanto os canais disponíveis em plataformas de subscrição cresceram 16 %, o segmento de televisão *free to-air* (televisão em sinal aberto) apresentou uma redução de investimento de 3 %.

Nos restantes segmentos, o cinema vivenciou um crescimento de 33 %, o segmento *magazines* registou um incremento de 19 % e a rádio também cresceu, ainda que de forma menos expressiva: aproximadamente 2 %. Em sentido inverso, o segmento de imprensa manteve a tendência de queda verificada nos últimos anos, tendo registado uma redução de investimento de 11 %.

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 65 % e 66 %, respetivamente. O peso destas receitas foi menos significativo no Grupo *Cofina* (atual *Media Livre*, cerca de 40 %) e na RTP (perto dos 9 %). Em geral, o peso da publicidade manteve-se muito semelhante ao registado em anos anteriores.

A evolução das receitas de publicidade apresentou um comportamento misto, de contração nos grupos *Media Capital* e *Impresa* designadamente em *free-to-air*, e de crescimento robusto no grupo *Cofina* (*Media Livre*). Esta trajetória replica a evolução dos shares de audiência representados na Figura 6.

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; Markttest, "Media and Advertising Global Report 2021, 2022, 2023 (Yumi)".Elaboração ERC.

Circulação

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 2023, a circulação impressa paga decresceu, tanto em jornais como em revistas, para a grande maioria das publicações periódicas que reportaram dados a esta entidade. Relativamente à circulação digital paga, não existe uma trajetória única, existem casos em que esta cresceu e outros em que decresceu.

O número de publicações periódicas que apresentou níveis de circulação digital superiores aos de circulação em papel tem vindo a aumentar, apesar de ainda ser incipiente: em 2022 apenas duas publicações tinham uma circulação digital superior à impressa enquanto em 2023 o número passou para quatro – de entre as empresas que reportam dados na APCT.

Relativamente ao acesso a notícias em formato digital, o *Digital News Report* de 2023⁷ mostra que 85 % 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 2024⁸ mostra que Portugal continuou a figurar como um dos países onde mais se confia em notícias (3.9 em 46 países), ficando apenas atrás da Finlândia (69 %) e Quênia (63 %). Uma exploração detalhada dos indicadores de confiança em notícias indica que, não obstante os índices estruturalmente elevados de confiança, os portugueses mais velhos tendem a confiar mais em notícias do que os mais jovens - 52,2 % dos inquiridos entre os 18 e os 24 anos, dizem confiar em notícias em geral, enquanto 48,1 % e 51,5 % dos inquiridos entre 25 e 34 anos e 35 e 44 anos, respetivamente, dizem fazê-lo. Na perceção sobre o que é real e falso *online*, um indicador que permite indiretamente avaliar a perceção dos portugueses sobre a desinformação e os fenómenos desinformativos, em 2023, cerca de 7 em cada 10 portugueses disseram estar preocupados com o que é real e falso na Internet, uma proporção semelhante à identificada em 2022.

⁷ Digital News Report Portugal 2023 – Reuters Institute University /Obercom – Gustavo Cardoso, Miguel Paisana e Ana Pinto-Martinho

⁸ Digital News Report 2024 – Reuters Institute University /Oxford – Nic Newman with Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, and Rasmus Kleis Nielsen

Subscrições

Uma terceira fonte de receitas para as empresas de *media*, nomeadamente para os detentores de canais de televisão, são as receitas de subscrição de canais transmitidos por vários meios como, por exemplo, a fibra, o cabo, o satélite, entre outros. 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, 2023 foi um ano de contração na *Media Capital* e RTP e de expansão na Cofina (*Media Livre9*), e Impresa. O seu peso continuou relativamente modesto na estrutura de receitas, variando entre os 5 %, no caso da RTP, 12 % na Cofina, 13 % no caso da *Media Capital*, e cerca de 17 % no caso da Impresa.

As informações anuais produzidas pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom)¹⁰ mostram que, no final de 2023, cerca de 98,3 % das famílias dispunham de serviço de distribuição de sinais de TV (STVS). O número de assinantes foi de 4,6 milhões, mais 96 mil do que no ano anterior. O ritmo de crescimento do número de assinantes deste serviço abrandou, registando-se o crescimento anual (+2,1 %) mais baixo desde 2013.

No final de 2023, a MEO atingiu a quota de assinantes do STVS mais elevada (41,5 %), seguindo-se o Grupo NOS (36,4 %), a Vodafone (19,2 %) e a Nowo (2,7 %). A MEO e a Vodafone foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 0,5 pp e 0,4 pp, respetivamente. Por outro lado, diminuíram as quotas do Grupo NOS (-0,7 pp) e da Nowo (-0,2 pp).

O nível de concentração, no segmento de STVS, medido pelo índice Herfindahl-Hirschman¹¹, continuou elevado e aumentou ligeiramente face ao ano anterior. Entre 2013 e 2022, registou-se uma tendência de diminuição da concentração na sequência do lançamento da oferta triple play da Vodafone suportada em FTTH/B, que se foi atenuando desde 2015.

Streaming

Ao nível do *streaming*, dados referentes à utilização destas plataformas apurados pela Markttest¹² apresentam sinais de ligeiro recuo, entre novembro de 2023 e fevereiro de 2024, com menos 1,6 pontos percentuais, para a fasquia dos 17,5 % dos residentes em Portugal. Uma variação que, ainda assim, deixa o universo de utilizadores deste tipo de plataformas em Portugal acima dos 1,5 milhões de indivíduos.

Os serviços de *streaming*, 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 serviços de *streaming* na mensalidade de certas ofertas em pacote.

A Netflix é a plataforma de *streaming* com maior quota de mercado em Portugal, segundo o *ranking* da JustWatch, referente ao primeiro trimestre de 2024, com 23 % de quota de subscritores. A Prime Video está, no entanto, apenas a um ponto percentual de distância do líder. Em terceiro lugar, surge o Disney+, com 18 %, a perder um ponto percentual face ao trimestre anterior. A quarta posição é ocupada pela HBO Max, com uma quota de mercado de 7 %, à frente da SkyShowtime, que surge em quinto lugar na tabela, com 6 %.

9 Dados do 1.º semestre de 2023

10 Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição – 2023 – Anacom.

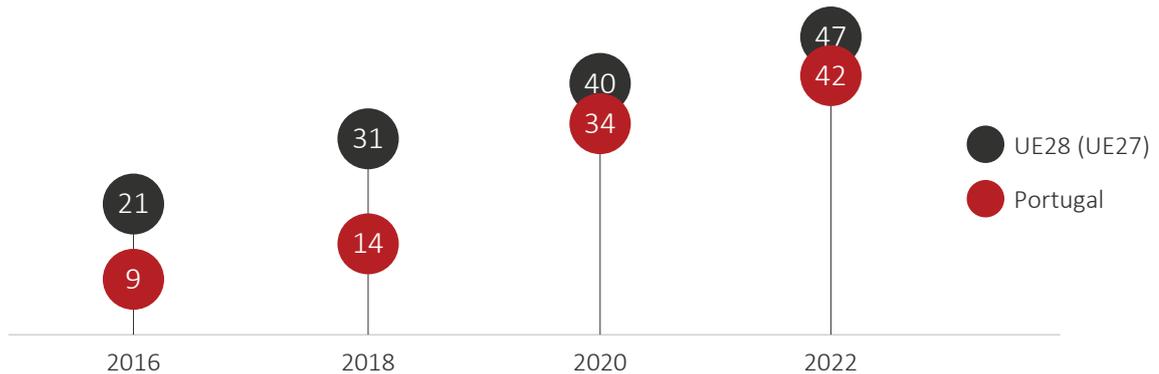
11 O índice Herfindahl-Hirschman é frequentemente utilizado pela Comissão Europeia para avaliar os níveis de concentração de mercado. Este índice é calculado adicionando o quadrado das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado. Os seus valores teóricos variam entre aprox. zero (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.

12 9 % dos portugueses subscrevem plataformas de streaming de desporto – Markttest – 26 de março de 2024

Segundo a Anacom¹³, a proporção de utilizadores de internet que recorreu ao *videostreaming on demand* pago atingiu os 42,3 % em 2022, +8,6 pp que em 2020 (Figura 7). 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 35,8 % em 2022 (+9,4 pp que em 2020), ocupando Portugal a 17.ª posição no *ranking* da UE27.

FIG. 7 - PORTUGAL A CONVERGIR COM A UE

Proporção de utilizadores de Internet que visualiza *videostreaming on demand* pago



Fonte: Anacom – “Serviço Over The Top 2023”. 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 +10,6 pp e + 14,8 pp).

O acesso à tecnologia e o desenvolvimento da mesma propicia esta realidade. De acordo com os dados da Marktest, do Bareme Internet, em 2023 49,2 % dos Portugueses acedeu à internet através de um televisor. Esta percentagem compara com 43,4 % em 2022 e 18,6 % 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 relativamente a 2022, quase 3,5 milhões de portugueses ouviram rádio através da internet, 40,8 % do universo em análise, e o valor mais elevado desde que o indicador é observado. Um estudo da mesma empresa para a Bauer *Media Audio* revelou que, em 2023, 57,3 % dos ouvintes escutou rádio em tempo real através de *sites* e *apps* das estações. Segundo o documento, 83,5 % dos portugueses utilizadores de internet têm o hábito regular de consumir áudio digital, um número que tem vindo a aumentar. Em 2023, 38,7 % garantiram ter ouvido mais conteúdos digitais, incluindo emissões de rádio e *podcasts*.

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 o canal de distribuição – a internet.

Outras fontes de receita

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 inferior para as receitas de exploração, quando comparadas com a publicidade. Ainda assim, na *Media Livre* representaram

¹³ Anacom – “Serviço Over The Top 2023”.

cerca de 24 % das receitas operacionais no primeiro semestre de 2023 (os últimos dados a que se acedeu). Já na *Imprensa* e *Média Capital* o valor desceu para 11 % e 17 %, respetivamente.

Estado

O setor público de *media* apresentou um crescimento de receitas positivo.

Em 2023, o Estado alocou à Agência Lusa cerca de 14,5 milhões de euros em indemnizações compensatórias¹⁴, no quadro do contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre as duas partes¹⁵, que representaram um crescimento de 7,9 % face a 2022. No mesmo ano, a RTP recebeu em taxas de contribuição para o audiovisual 190,1 milhões de euros¹⁶, mais 2,7 % que no ano anterior.

Ao abrigo do Decreto-lei 23/2015 de 6 de fevereiro, que aprovou o regime de incentivos do Estado à comunicação social de âmbito regional e local, relacionados com incentivos ao desenvolvimento digital, modernização tecnológica, acessibilidade à comunicação social, literacia e educação para os *media* e desenvolvimento de parcerias estratégicas, foram atribuídos 874 102,79 euros¹⁷. Adicionalmente, foi criado um programa de cheque livro, de 4 milhões 440 mil euros a aplicar em 2024 e 2025 - Resolução do Conselho de Ministros n.º 185/2023.

Os investimentos comunicados à ERC em Publicidade Institucional do Estado atingiram o montante global de 4 041 024,64 euros, dos quais 1 290 621,77 euros foram destinados a meios de comunicação social de âmbito regional/local, o que corresponde a um valor percentual de 31,9 % da verba global. Esta percentagem situou-se em cerca de 7 pontos percentuais acima da quota de 25 % prevista na lei.

Por outro lado, com a cobrança de taxa de exibição aos operadores audiovisuais a pedido, e fornecedores de *Video on Demand* (VoD) (recebida pelo ICA – Instituto do Cinema e Audiovisual), o Estado português orçamentou uma receita de 14,6 milhões de euros em 2023 e 16,4 em 2024. Em causa está a taxa de exibição que incide sobre a publicidade e comunicação comercial nos ecrãs portugueses, que até aqui abrangia os anúncios que passam nas salas de cinema, nos operadores de televisão ou distribuidores e passou a incluir os fornecedores de VoD, 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.

Principais Players em 2023

A 31 de dezembro de 2023, estavam declaradas como ativas na Base de Registos da ERC 1701 publicações periódicas, 311 empresas jornalísticas, 272 operadores de radiodifusão, 201 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, 12 operadores de distribuição de televisão (STVS), 2 empresas noticiosas, 16 operadores de serviços audiovisuais a pedido e 2 fornecedores de plataformas de partilha de vídeo. (Figura 8).

FIG. 8 - ESTAGNAÇÃO DE SEGMENTOS TRADICIONAIS E CRESCIMENTO NOS TECNOLÓGICOS

	2021	2022	2023	Var % 22/23
Publicações Periódicas	1728	1710	1701	-0,5%
Empresas Noticiosas	2	2	2	0,0%
Operadores de Distribuição	11	11	12	9,1%
Operadores de Rádio	284	272	272	0,0%
Operadores de Televisão	22	24	25	4,2%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	149	181	201	11,0%
Operadores de Serviços Audiovisuais a Pedido	ND	14	16	14,3%
Fornecedores de Plataformas de Partilha de Vídeos	ND	1	2	100,0%

Fonte: ERC - Base de Dados de Registos.

¹⁴ Cfr. Resolução do Conselho de Ministros n.º 127/2021, de 26 de agosto.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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 %).

¹⁷ Despacho n.º 11741/2023, de 20 de novembro, Gabinetes dos Ministros das Finanças e da Cultura, e da Secretária de Estado do Desenvolvimento Regional.

Por forma a concretizar quais as principais empresas ou grupos económicos 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.

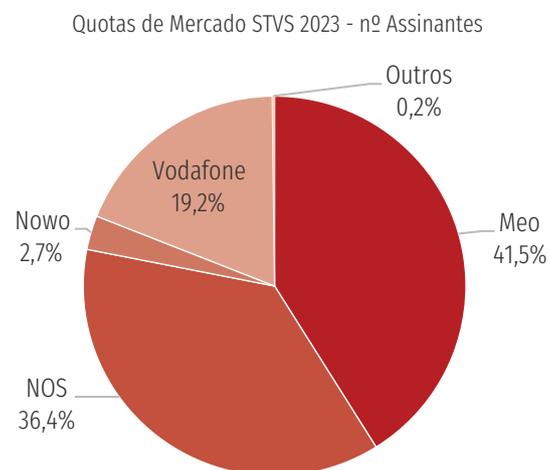
Agências noticiosas

Em 2023, a par da Agência Lusa, encontrava-se também registada na ERC uma segunda agência noticiosa, a Madremedia, Lda. Como referido, a Lusa é financiada pelo Estado português e, aparentemente, a Madremedia 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 conteúdo¹⁸.

STVS

No segmento dos operadores de STVS, apesar de totalizarem doze 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 9). Durante 2022, a Vodafone lançou uma oferta de aquisição da totalidade do capital da Nowo que, à data da elaboração deste capítulo, ainda não se encontrava aprovada.

FIG. 9 - MERCADO STVS POUCO FRAGMENTADO



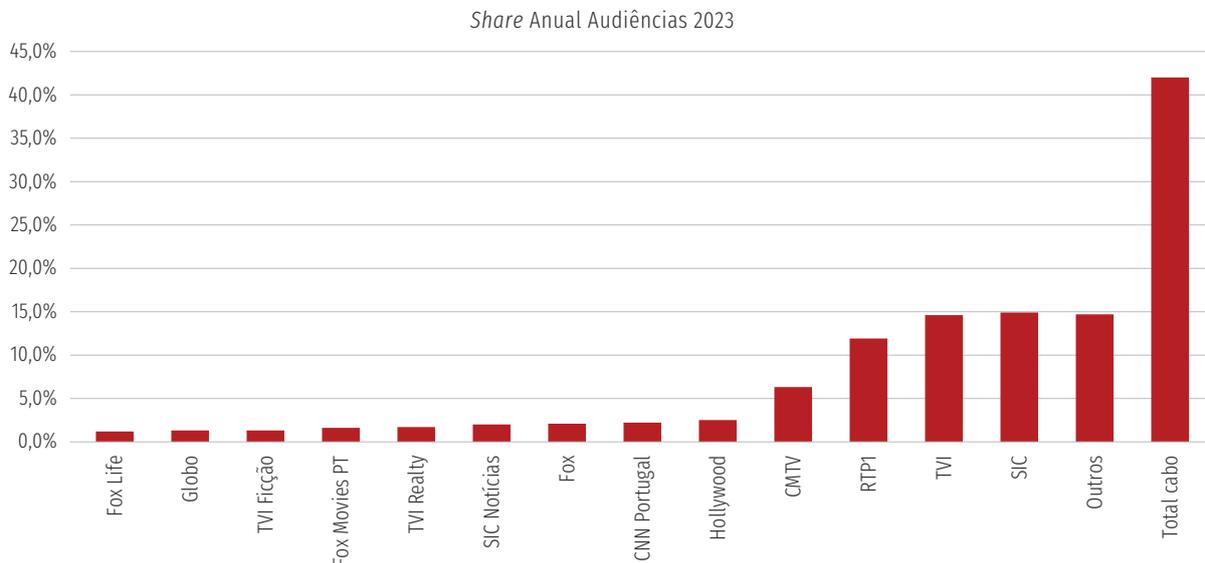
Fonte: Anacom – “Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição – 2023”. Elaboração ERC.

18 <https://24.sapo.pt/parceiro/madremedia>.

Operadores de televisão

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 25 (Figura 10), superior ao da distribuição e ao registado em 2022. Os principais operadores integram os grupos *Media Livre*, *Media Capital*, *Impresa* e *RTP*.

FIG. 10 - OPERADORES DE TELEVISÃO TAMBÉM PRESENTES NA STVS COM QUOTA RELEVANTE



Fonte: análise elaborada pela Dentsu /Carat para o +M⁹. Elaboração ERC.

Rádio

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 de *media* nacionais. No topo deste *ranking*, o Grupo Renascença junta-se ao Grupo Bauer.

Tal como o que acontece no segmento dos operadores de distribuição de STVS, os dois maiores têm quotas de mercado semelhantes entre si (Figura 11). O número de operadores de rádio tradicional registados na ERC manteve-se (Figura 8), mas o de operadores exclusivamente pela internet continuou em crescimento.

FIG. 11 - MERCADO DOMINADO POR DOIS INTERVENIENTES, APESAR DA GRANULARIDADE DE PARTICIPANTES

Audiências e <i>shares</i> Rádio dezembro 2022			
Grupo/Estação ano 2023	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)	
Total Rádio	61,4%		100,0%
Grupo Renascença Multimédia	25,3%		31,6%
RFM	18,1%		22,8%
Renascença	6,1%		6,4%
Mega Hits	3,2%		2,4%
Grupo Bauer Media Audio Portugal	31,5%		41,6%
R Comercial	20,7%		26,5%
M80	8,8%		9,4%
Cidade FM	5,2%		4,2%
Smoth FM	1,3%		1,3%

19 <https://eco.sapo.pt/2024/01/03/sic-e-tvi-separadas-por-cinco-decimas-em-2023/>

FIG. 11 - MERCADO DOMINADO POR DOIS INTERVENIENTES, APESAR DA GRANULARIDADE DE PARTICIPANTES

Audiências e shares Rádio dezembro 2022		
Grupo/Estação ano 2023	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Grupo RTP	6,9%	7,0%
Antena 1	4,8%	4,8%
Antena 3	0,5%	0,5%
Antena 2	1,8%	1,7%
TSF (Global Media Group)	3,6%	3,3%
Observador	1,2%	1,3%

Fonte: Yumi 2023. Elaboração ERC.

Publicações periódicas

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 em termos de circulação impressa paga, como por exemplo o Correio da Manhã, em jornais diários (*Media Livre*), seguido pelo Jornal de Notícias (*Global Media*), ou, nos semanais, o Expresso (*Impresa*). No digital também existem posições dominantes, como por exemplo o jornal Público (Grupo Sonae) nos diários e o Expresso nos semanais (*Impresa*).

Em 2023, a circulação impressa paga voltou a decrescer na maioria das publicações. Relativamente à digital, o panorama foi bastante diverso.

Digital

No *online* continua a denotar-se a hegemonia dos intervenientes estrangeiros, embora os nacionais estejam a ganhar terreno. De acordo com o *ranking* de sites da Similar Web, a 1 de junho de 2024, o primeiro órgão de comunicação social português a figurar na lista era a página Sapo.pt (Altice), em 4.º lugar, seguido do Iol (*Media capital*) em 7.º e do Record em 8.º (*Media Livre*).

O *ranking* da Marktest (Figura 12) reforça essas conclusões. Embora as entidades nacionais, em métricas como o *reach*, comecem a atingir posições de topo, falta ainda aumentar o grau de interação com os utilizadores, mais refletido nos indicadores de visitas e *pageviews*.

FIG. 12 - DESTAQUE PARA INTERVENIENTES ESTRANGEIROS SEGUIDOS DE PERTO POR MEDIA PORTUGUESES

Audiências Internet 2023 – TOP 10 por Métrica			
Reach (000)	Reach (%)	Visits (000)	Pageviews (000)
Google	Google	Google	Facebook
TVI	TVI	Facebook	Google
Youtube	Youtube	Youtube	Youtube
Facebook	Facebook	Outlook.com	OLX
SIC	SIC	TVI	Outlook.com
Correio da Manhã	Correio da Manhã	OLX	Instagram
Expresso	Expresso	Record	Portal da Finanças
Portal da Finanças	Portal da Finanças	MSN Portugal	MSN Portugal
NiT	NiT	Correio da Manhã	TVI
Flash	Flash	SIC	Rádio Comercial

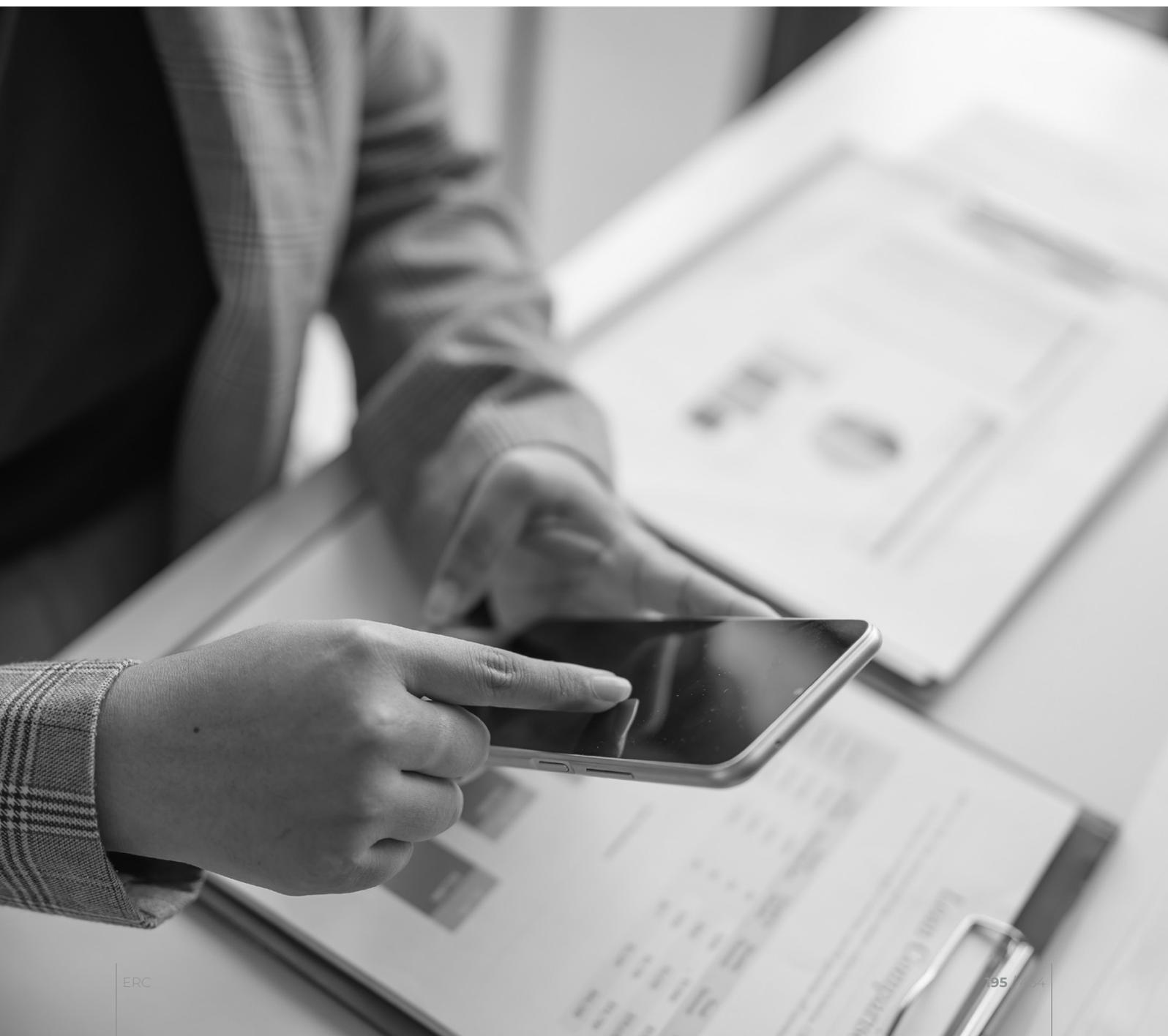
Fonte: Yumi 2023 – Rankings Internet Top Geral. Elaboração ERC.

Em suma:

Parece ser tendência global o crescimento da publicidade digital e o decréscimo da publicidade na televisão.

Em Portugal, a publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, mas a sua evolução apresentou um comportamento misto entre as principais instituições. Verificou-se um aumento das receitas de publicidade do segmento de televisão, mas mais centrado nos canais de televisão por subscrição (STVS) em detrimento do *free-to-air*. As restantes linhas de negócio apresentaram um peso na estrutura de receitas das empresas muito inferior ao da publicidade, embora em casos pontuais, seja visível o aumento da diversificação.

Apesar do elevado número de intervenientes no setor da comunicação social, continuam a existir posições dominantes tanto na rádio, como na imprensa, nas agências noticiosas, na STVS e televisão *free-to-air*. No *online*, denota-se a hegemonia dos intervenientes estrangeiros, embora os nacionais estejam a ganhar terreno.



3. ACONTECIMENTOS RELEVANTES EM 2023

Janeiro

- Nos EUA, HBO aumenta o preço mensal de subscrição do serviço de SVoD sem publicidade de 14,99 dólares para 15,99 dólares. A Netflix já havia aumentado preços e ambos têm oferta de pacotes grátis, mas com publicidade.
- Fundo Europeu para os **Media** e Informação (EMIF) gerido pela Gulbenkian atribui, em 2023, 4,8 milhões de euros destinados a financiar projetos nas três áreas de intervenção prioritárias do fundo: apoio a pesquisas sobre dinâmicas de desinformação, apoio a investigações sobre o ecossistema da informação e literacia mediática. O objetivo do fundo é combater a desinformação através do apoio a projetos de *fact-checking* e iniciativas de literacia mediática.

Fevereiro

- Anúncio que a Deutsche Telekom, a Vodafone, a Orange e a Telefónica têm desde janeiro um acordo para criar uma *joint-venture* que dará origem a um operador pan-europeu de publicidade direcionada *online* móvel. A nova empresa é detida em partes iguais pelos quatro *players*, sendo que o modelo de negócio terá como base um sistema de identificação digital dos utilizadores, para *publishers* e anunciantes, que nunca dará acesso a dados pessoais relevantes dos clientes das operadoras. O objetivo é aproveitar o momento de transição dos cookies de terceiros, através de um modelo de direcionamento e segmentação de publicidade, para sistemas menos intrusivos, fazendo vingar o seu próprio modelo.
- Netflix introduz novas regras de assinatura. Detentores de conta na Netflix devem configurar a sua localização principal para garantir que as pessoas que vivem na mesma residência podem usar a conta (até cinco membros). Para quem quiser continuar a partilhar a sua conta, a Netflix criou a opção de “membro adicional”, no pacote *standard* ou *premium*, que permite adicionar até duas contas (dois perfis próprios) fora da residência principal a 3,99 euros por mês por pessoa. Esta iniciativa, segundo a empresa, tem em vista diminuir os prejuízos que regista, e aumentar o investimento na produção de conteúdos de qualidade.
- MEO, NOS e Vodafone estabelecem uma parceria para explorar publicidade segmentada nos conteúdos gravados dos serviços pagos de televisão, que poderá vir a ser estendida também ao mercado de televisão linear. Esta é uma forma de tornar interessante um negócio que dificilmente teria interesse para os interlocutores ou para as marcas separadamente, por uma questão de escala.
- Google lança, na Alemanha, vídeos publicitários para ensinar as pessoas a identificar afirmações falsas antes que estas as atinjam. Estes vídeos, denominados de “*prebunking*”, são relativamente baratos e fáceis de produzir e podem ser vistos por milhões quando colocados em plataformas populares. Segundo a empresa, estes também evitam o desafio político, ao não se concentrarem nos tópicos de falsas alegações, mas nas técnicas que tornam a desinformação viral tão contagiosa. Em outubro de 2022, esta iniciativa havia sido lançada na Polónia, República Checa e Eslováquia.
- Meta anuncia o lançamento de contas verificadas no Facebook e Instagram, por 11,99 - 14,99 dólares por mês (dependendo da plataforma usada para aceder ao Facebook ou Instagram) na tentativa de combater a utilização de contas que, falsamente, dizem deter uma determinada identidade.

Março

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), a autoridade da concorrência espanhola, investiga abuso de posição dominante da Google na imprensa escrita através de práticas que restringem a concorrência de forma ilegal, como por exemplo, imposição de condições editoriais não equitativas, para exploração de conteúdos protegidos por propriedade intelectual.
- Federação Europeia dos Jornalistas anuncia que tem 1,2 milhões de euros para apoiar projetos de jornalismo locais, regionais e comunitários empenhados em «produzir conteúdo de interesse público nos chamados “desertos de notícias” na Europa» através do programa “*Local Media for Democracy*” da instituição.
- A Microsoft, em parceria com a Internews e a USAID (United States Agency for International Development), anunciam o lançamento de uma plataforma para apoiar jornais locais e independentes em 100 países, mas Portugal não está incluído. O objetivo é ajudar meios de comunicação independentes de vários pontos do mundo a tornar-se financeiramente sustentáveis através do acesso a outras perspetivas de mercado e soluções de negócio.

Abril

- A agência Lusa e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) assinam acordo de cooperação que prevê troca de serviços para «alargar a circulação de informação noticiosa» nos dois países e no espaço da lusofonia. A Lusa e a agência Brasil, integrada na EBC, pertencem à Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa (ALP), juntamente com a ANGOP (Angola), Inforpress (Cabo Verde), AIM (Moçambique), ANG (Guiné-Bissau), STP-Press (São Tomé e Príncipe) e Tatoli (Timor-Leste).

Maio

- Público e Trust in News (TIN), dona das revistas Visão, Caras, Exame, entre outras, anunciam parceria editorial e comercial para o digital. A parceria acordada entre os dois grupos, que «partilham os valores da credibilidade, da isenção e do rigor, traduz-se na exploração dos espaços publicitários digitais das marcas TIN pela equipa comercial do Público». O acordo vai permitir aos anunciantes «amplificar a sua comunicação digital, e marcar presença em várias marcas com diferentes *targets*, a comercialização de *print*, eventos e outras ações especiais, *branded content* em *print* e digital e *newsletters* será mantida, separadamente, por cada um dos parceiros». No âmbito deste acordo, o Público e a TIN estabelecem ainda uma “parceria editorial”, que se traduz na promoção de conteúdos digitais selecionados, produzidos pelas respetivas marcas, nos *sites* e *app* do parceiro. Esta partilha «permite amplificar o alcance dos artigos digitais dos dois grupos e chegar a públicos-alvo distintos, mas igualmente comprometidos com a informação de qualidade».
- Publicada lei que assegura o acesso a Publicidade Institucional do Estado aos órgãos de comunicação social da diáspora.
- Governo aprova transposição de diretiva de direitos de autor e conexos no mercado digital. O objetivo é a proteção da titularidade dos conteúdos de artistas, músicos, escritores e jornalistas na Internet, criando regras para a utilização do seu trabalho por terceiros, nomeadamente nas plataformas de Internet.
- A Visapress e a Associação Portuguesa de Empresas de Clipping (APEC) assinam acordo que regulamenta a utilização de conteúdos difundidos pelos meios de comunicação social representados pela primeira entidade. O objetivo deste acordo será o de garantir a proteção dos direitos de autor e incentivar a indústria de *media* a continuar a inovar e a produzir conteúdos de qualidade.
- A Ringier Sports Media Group, sediada na Suíça, e a Vicontrol SGPS S.A. chegam a acordo para a aquisição de A Bola (jornal, digital e televisão) e da revista AutoFoco. A Ringier AG afirma-se como uma empresa suíça de meios de comunicação e tecnologia, sendo o grupo composto por cerca de 140 empresas em 19 países, que operam uma série de marcas de *media*, plataformas digitais e mercados. Segundo a informação divulgada, quase 80 % do lucro operacional da Ringier provém do negócio digital.

Junho

- Conselho de Governo Regional dos Açores aprova a Resolução que determina, para os anos de 2023 e 2024, os montantes a atribuir no âmbito do Programa Regional de Apoio à Comunicação Social Privada - PROMÉDIA 2020, totalizado 650 mil euros. Tendo em conta esse montante definido anualmente, esta Resolução estabelece, após a sua publicação, que 550 mil euros serão pagos às entidades da comunicação social privada nos Açores em 2023, enquanto os restantes 100 mil euros serão pagos no ano de 2024.
- Jornal alemão Bild planeia substituir lugares editoriais com inteligência artificial, na sequência de um plano de redução de custos. Num comunicado aos colaboradores, o proprietário do jornal referiu que a sua empresa pretende ser uma empresa de *media* puramente digital e que instrumentos de inteligência artificial como o ChatGPT tornam o jornalismo independente melhor do que no passado e podem mesmo substituí-lo. Considera que apenas os jornalistas que conseguem criar os melhores conteúdos originais e as melhores investigações sobreviveriam. Simultaneamente, tenta chegar a acordo com empresas de inteligência artificial acerca da sua utilização (para treinar modelos de IA) e consequente remuneração pela utilização de conteúdos jornalísticos.

Julho

- *Media Capital* anuncia uma oferta vinculativa para a compra da totalidade das ações da Cofina (atual *Media Livre*), com o valor de aquisição livre de ónus e encargos, de 80 milhões de euros (*Entreprise Value*).
- Fumaça angaria 315 mil euros em bolsas para apoio ao jornalismo sem fins lucrativos - uma trianual, de 295 mil euros, da Stichting Limelight Foundation e outra anual, de 20 mil euros, da Guerrilla Foundation.
- A Sonaecom fechou com a Sonae SGPS a compra de uma participação de 11,30 % no capital da operadora NOS, por um valor global de 212,6 milhões de euros. A transação entre as duas sociedades do grupo reforça a posição da Sonaecom para 37,37 % da NOS.
- Ministério da Cultura repõe quota de música portuguesa na rádio em 30 % durante um ano. O ministério justifica a medida pela relevância que «a produção de música portuguesa apresenta hoje» e a «vitalidade que permite às rádios cumprir o regime de quotas, sem comprometer a diversidade e a coerência do projeto editorial de cada serviço de programas».
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social envia ao Parlamento propostas para alterar a Lei da Imprensa e a Lei da Rádio. No primeiro caso, grande parte das alterações propostas prende-se com a inserção das publicações *online* no documento legal, de onde está completamente ausente. Surge também uma nova distinção entre o que é «informação jornalística e comunicação não produzida segundo as regras jornalísticas». A ERC terá também de autorizar previamente o «estabelecimento de parcerias entre serviços de programas» e qualquer modificação de um projeto licenciado só pode acontecer dois anos após «a atribuição ou renovação da autorização» para tal.
- A Palavras de Prestígio, do dono do grupo BEL Marco Galinha, notifica a Autoridade da Concorrência (AdC) sobre a aquisição do controlo exclusivo da distribuidora de publicações Vasp, através do exercício da opção de compra que detém sobre as ações atualmente propriedade da Cofina. Caso bem-sucedida, através da operação o grupo BEL passará a deter 100 % da distribuidora VASP. O preço de compra é de 4,5 milhões de euros.

Agosto

- Comissão Europeia lança um convite à apresentação de propostas que permitam decifrar a forma como as narrativas de desinformação emergem *on* e *offline*, e ajudar a combatê-las, bem como aos respetivos efeitos. O financiamento de cerca de 1,2 milhões de euros pretende ajudar a compreender melhor a forma como a desinformação é formada e disseminada, como molda o espírito das pessoas, e também o seu impacto na vida real. Espera-se que o projeto proponha estratégias e medidas, ações políticas futuras e práticas inovadoras para apoiar narrativas positivas e combater narrativas falsas e nocivas.
- Medial Capital anuncia a retirada da oferta de aquisição da Cofina SGPS, após proposta alternativa de um Management Buy-out (MBO) aparentar ser bem sucedida.

Outubro

- Os acionistas da Cofina aprovam a venda da Cofina *Media* (atual *Media Livre*), aos quadros da empresa (MBO), uma recomendação que tinha sido feita pelo Conselho de Administração. Fazem parte da proposta do MBO a equipa de gestão da Cofina *Media*, quadros da empresa e um conjunto de investidores, entre os quais Luís Santana, Ana Dias, Octávio Ribeiro, Isabel Rodrigues, Carlos Rodrigues, Luís Ferreira, Carlos Cruz, Cristiano Ronaldo, Domingos Vieira de Matos, Paulo Fernandes e João Borges de Oliveira.

Novembro

- Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) defere pedido da MEO, detida pela Altice Portugal, para renovar a licença de Televisão Digital Terrestre (TDT) por mais sete anos, até 2030. Os direitos de utilização de frequências (DUF) da TDT foram atribuídos à MEO em 9 de outubro de 2008 por 15 anos. Esta concessão terminava no final de 2023.

Dezembro

- Cofina *Media* S.A. passa a denominar-se *Media Livre* S.A.
- Publicado o Decreto-lei 122/2023 de 26 de dezembro que simplifica o processo de credenciação das associações das comunidades portuguesas no estrangeiro e cria o Programa de Apoios à Comunicação Social da Diáspora Portuguesa.
- Criação do programa de cheque livro, de 4 440 000 euros a aplicar em 2024 e 2025 - Resolução do Conselho de Ministros n.º 185/2023.

Seguidamente, descrevem-se em maior detalhe os acontecimentos que foram alvo de intervenção regulatória, no caso concreto, através de emissão de Deliberação por parte da ERC.

Aquisição pela Palavras de Prestígio, Lda. (Grupo Bel) do controlo exclusivo da VASP Distribuidora de Publicações, S.A.

A Autoridade da Concorrência, e consequentemente a ERC, foram notificadas de uma operação de concentração, por via da Aquisição pela Palavras de Prestígio, Lda. (Grupo Bel) do controlo exclusivo da VASP-Distribuidora de Publicações, S.A.

A Palavras de Prestígio, Lda. (doravante, “Palavras de Prestígio”, “Notificante”, ou “Adquirente”) tem como objeto social a edição de publicações periódicas, não periódicas ou eletrónicas, a recolha e distribuição de notícias, comentários e imagens através de qualquer suporte, bem como a prestação de serviços conexos com tais atividades, particularmente nas áreas do *marketing*, publicidade e internet; a edição, produção, comercialização e distribuição de jornais e revistas e outros meios de comunicação social; o desenvolvimento de *software* com recurso a atividade de programação informática; a prestação de consultadoria para negócios e gestão dos mesmos o que compreende as atividades de consultadoria, orientação e assistência operacional às empresas em matérias como: planeamento, organização, controlo, informação e gestão; a organização de conferências e eventos; a compra e venda de imóveis e a sua revenda e compra e venda de participações sociais.

A VASP – Distribuidora de Publicações, S.A., (doravante, “VASP” ou “Adquirida”) tem como objeto social: (i) a distribuição e comercialização de publicações jornalísticas e editoriais; (ii) a mediação de jogos sociais da Santa Casa da Misericórdia; (iii) a comercialização e distribuição de produtos de saúde e farmacêuticos; (iv) a prestação de todos os serviços de pagamento permitidos por lei às instituições de pagamento; (v) a distribuição, a comercialização e o fornecimento de outros bens e serviços; e (vi) o exercício de qualquer outra atividade comercial ou industrial de qualquer natureza.

A operação notificada não versa sobre mercados objeto de tutela ou de preocupações de ordem regulatória diretas por parte da ERC, uma vez que, apesar de conter uma vertente de concentração horizontal, esta incide sobre atividades, que, para além de pouco expressivas, encontram-se claramente fora do âmbito de intervenção.

Contudo, na sua vertente de concentração vertical, para o regulador dos *media* não é de todo irrelevante o facto de a Adquirida ser, na atualidade, e de acordo com a Notificação, o único operador que assegura a distribuição de publicações periódicas em todos os segmentos de produto e com cobertura de todo o território continental no âmbito do denominado mercado da distribuição de publicações periódicas (em banca) em Portugal.

As próprias características ou contornos do mercado em causa (dimensão reduzida; baixa produtividade; tendência de descida nas vendas por força da emergência do digital, das redes sociais e da recente situação pandémica) fazem antever que essa situação de exclusividade deverá manter-se ou perpetuar-se. Assim, e embora a presente operação de concentração, em si, não introduza alterações estruturais à concorrência neste específico mercado (onde a Adquirida se retrata como e espera continuar a ser o único operador em atividade), nem por isso deixa de suscitar, ao menos em tese, especiais preocupações relativamente a valores cuja salvaguarda cabe à ERC acautelar.

A dependência dos órgãos de comunicação social deste distribuidor e a dependência desses mesmos órgãos das receitas de vendas de publicações periódicas em banca, que em muitos casos representam a grande maioria, se não a totalidade, das suas receitas, exige precaução quanto à avaliação da transação proposta.

Note-se que 39 % das receitas da Cofina de 2022 e da Global Média em 2021 foram de circulação e esta influencia direta e positivamente as receitas de publicidade em publicações periódicas. Empresas jornalísticas de âmbito regional, comumente, obtêm mais de metade das suas receitas de circulação. De acordo com o Relatório e Contas da VASP de 2022, mais de 50 % dos proveitos operacionais provinham de vendas de jornais e revistas. Ou seja, apesar das perspetivas negativas para a circulação de publicações periódicas, no presente ela é ainda uma fonte relevante de receitas dos órgãos de comunicação social.

Com efeito, detendo a Adquirente, ainda que indiretamente, um conjunto significativo de publicações periódicas e passando em resultado da presente operação a controlar em exclusivo a principal e quase única distribuidora das mesmas, é fundamental garantir que a distribuição de todas as demais publicações periódicas existentes no mercado português seja realizada em condições de não discriminação com as detidas pelo grupo que a Adquirente integra, bem como com as condições contratuais e o respeito pela confidencialidade de informação sensível a que a VASP possa ter acesso a respeito dos demais operadores do mercado das publicações periódicas.

Estes são compromissos que se têm por fundamentais, uma vez que o desequilíbrio no mercado da distribuição de publicações periódicas poderá conduzir a injustificados constrangimentos de circulação das demais publicações existentes e, conseqüentemente, a inadmissíveis limitações da liberdade de expressão (nesta designadamente englobando a livre difusão de, e o acesso a, conteúdos).

Assim, ainda que da operação projetada não resulte uma alteração da estrutura concorrencial do mercado da distribuição de publicações periódicas em banca, é fundamental garantir que a Adquirida não abuse da sua posição dominante, relativamente aos intervenientes no mercado de publicações periódicas, tanto a montante como a jusante, que daquela dependem para a respetiva distribuição.

Já o segmento do mercado da distribuição de publicações periódicas por via de correio editorial não suscita à ERC quaisquer reservas no plano regulatório, não só por tal mercado ser alvo de regulação específica e se encontrar condicionado à obtenção prévia de licença para o efeito, emitida pela ANACOM, como ainda pela circunstância de a Adquirida deter neste particular uma quota residual face à quota de 90 % aí granjeada pelos CTT, dadas as características únicas da sua rede de distribuição.

Em face do exposto, o Conselho regulador da ERC manifestou sérias reservas à operação de concentração notificada porque a mesma pode colocar em causa os valores da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a, conteúdos informativos, formativos ou recreativos, cuja tutela incumbe à ERC acautelar.

Assim, uma eventual autorização da operação em causa deverá ser precedida da instituição de medidas regulatórias que garantam o acesso em condições razoáveis de mercado aos órgãos de comunicação social que necessitem de recorrer aos serviços de distribuição.

4. PERSPETIVAS FUTURAS

De acordo com o GroupM20, o mercado global de publicidade deverá ver as receitas em 2024 aumentar 7,8 % em relação a 2023 e mais de 70 % das receitas de publicidade a nível global deverão ser dominadas pelo *digital pure play*, que integra *social media* e *social vídeo*, *search* e *retail media*, entre outros.

As previsões apontam que o *social media/social vídeo* recolha cerca de 35 % dos investimentos publicitários a nível global em 2024. Estes formatos continuam a demonstrar uma enorme vitalidade, prevendo-se um crescimento de 9,9 %, em 2024, acima dos 7,8 % do mercado total. Isto reflete os mercados, geografias e faixas etárias em que a adoção de dispositivos que facilitam o acesso a plataformas e a conteúdos digitais ainda está em crescimento. O *search*, por seu lado, deverá registar um crescimento que a empresa prevê estável ao longo dos próximos cinco anos, tendo em conta a maturidade deste segmento, que poderá fechar 2024 a representar cerca de 21 % do total dos investimentos publicitários globais.

A realidade portuguesa dos últimos anos não tem sido consistente com as tendências globais e assiste-se a um domínio e crescimento da publicidade televisiva. Existem alguns sinais de mudança em direção ao digital mas não evidenciada de forma transversal nas várias análises disponíveis acerca do assunto.

A compra de publicidade programática encontra-se em grande crescimento mas pode desviar cada vez mais receita dos *sites* noticiosos. Os *sites* noticiosos, não sendo tão baratos quanto qualquer *site* da quase infinita lista de opções possíveis, têm muitas vezes notícias sobre guerras, desastres naturais ou outros eventos com os quais as marcas não querem estar associadas.

Importa referir que a publicidade *online* nem sempre cumpre as mesmas regras que a tradicionalmente veiculada pelos órgãos de comunicação social, canibalizando-lhes esta fonte de receita.

Por outro lado, a hiperaceleração do ciclo do noticiário de 24 horas, a saturação do público de conteúdos específicos e o aumento de uma economia de atenção, penaliza fortemente aqueles que dependem da produção de conteúdo. Quanto à relação das audiências com o conteúdo das notícias, os dados muito positivos sobre a confiança nas notícias são contrabalançados por vários sinais de saturação de conteúdos noticiosos, crescente desinteresse pelas notícias, evitação ativa de notícias e acesso crescente ao conteúdo de notícias indiretamente em ambientes digitais.²¹

Também os ambientes digitais estão a mudar. A concorrência de novos intervenientes de mercado, como o TikTok e a inteligência artificial, está a forçar que as redes sociais tradicionais se reinventem.

O consumo de notícias é também mais fragmentado entre plataformas do que no passado e a utilização de vídeo como fonte noticiosa tem vindo a crescer, especialmente entre os mais jovens.

Há nichos de mercado ainda por ocupar. Existe procura por outras perspetivas e outros pontos de vista, em contraste com aquilo que as organizações jornalísticas *mainstream* não cobrem ou não mostram. Exemplos são o surgimento de projetos como o Gerador²² e o Fumaça, que assumem formatos sem fins lucrativos, apoiados por bolsas, donativos, fundos europeus e atividades paralelas à comunicação social e tentam mostrar uma perspetiva diferente da realidade.

Não existe um modelo de negócio certo ou errado, existem modelos diferentes consoante os clientes-alvo, a estrutura empresarial e cultural da empresa, no que diz respeito a recursos humanos, tecnológicos e financeiros.

20 This Year Next Year (TYNY) - GroupM

21 Análise do impacto da desinformação na política, economia, sociedade e questões de segurança, modelos de governança e boas práticas: o caso de Espanha e Portugal - Observatório Ibérico de Media Digitais e da Desinformação

22 Com tempo, financiamento criativo e "imprevisibilidade garantida": como vive e sobrevive o jornalismo fora dos grandes grupos de media - Expresso - 16/1/2024

A emergência de novas tecnologias continua e, em particular, a Inteligência Artificial pode constituir uma ameaça mas também uma oportunidade para as empresas do setor. A nível de conteúdos, esta tecnologia pode potenciar a proliferação de falsidades, mas, do ponto de vista operacional das organizações, pode tornar-se numa importante ferramenta de trabalho com várias valências.

As redes sociais começam a atingir a sua maturidade, novas tecnologias desenvolvem-se, e isso pode criar oportunidades para as empresas de *media*, agora mais preparadas do que há 20 anos, para se aperceberem e enfrentarem os desafios e as oportunidades da transição digital.

Transparência dos *media*:

TITULARIDADE, GESTÃO E MEIOS DE FINANCIAMENTO



1. VISÃO GLOBAL

O regime jurídico da transparência, materializado através da Lei 78/2015, de 29 de julho, (Lei da Transparência ou LT) e do Regulamento da ERC n.º 835/2020 (Regulamento), de 2 de outubro, 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.

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.

A 15 de maio de 2024, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1458 entidades singulares e coletivas que prosseguem diretamente atividades de comunicação social detentoras de 1893 órgãos de comunicação social (OCS).

A comunicação social é a atividade principal de 59 % das entidades proprietárias, enquanto as restantes 41 % têm como atividade principal outra que não a comunicação social. Estes números confirmam que, além de a comunicação social se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras.

¹ Disponível em <https://portaltransparencia.erc.pt/>

Neste âmbito, continuam a autonomizar-se, pela sua importância e dimensão, algumas esferas de atividade, como, por exemplo, o desporto e as religiões. Identificam-se também outros poderes de influência a nível de clientes e detentores de passivos cuja dimensão possa constituir uma influência no negócio de comunicação social, representados, no primeiro caso, por grupos de anunciantes e, no segundo caso, por fornecedores.

Tal como a atividade económica em geral, aproximadamente metade das entidades proprietárias (46 %) concentram-se nos distritos de Lisboa e Porto. As pessoas coletivas tendem a constituir-se como sociedades comerciais, nas suas diversas formas (45 % 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.

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 (*monomedia*). São minoritárias as entidades com mais do que um OCS, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios (*plurimedia*), representativos de exigências de capitais cada vez maiores, à medida que o negócio cresce.

O ano de 2023 e o primeiro semestre do ano de 2024 ficam marcados por movimentações no setor ao nível da propriedade, de que se destacam, entre as mais significativas:

a) Global Media – Media Group S.A.

No segundo semestre de 2023, o Grupo Bel adquiriu a participação da Cofina na VASP por 4,5 milhões, aquisição que se encontra em apreciação na Autoridade da Concorrência. Anteriormente, em junho de 2021, a Cofina tinha adquirido à Impresa 16,67 % do capital da VASP, por um total de 1,05 milhões de euros, o que na altura lhe permitiu controlar 50 % do capital da empresa distribuidora de publicações de *media*.

No início de junho de 2023, a Ringier Sports Media Group (RSMG), sediada na Suíça, e a Vicontrol SGPS S.A. chegaram a acordo para a aquisição de A Bola (jornal, digital e televisão) e da revista AutoFoco. A RSMG foi fundada no verão de 2022 como uma subsidiária da Ringier AG, com sede na Suíça, uma empresa de *media* e tecnologia. A Ringier AG afirma-se como uma empresa suíça de meios de comunicação e tecnologia, sendo o grupo composto por cerca de 140 empresas em 19 países, que operam uma série de marcas de *media*, plataformas digitais e mercados.

Em 19 de março de 2024, o Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no âmbito das suas atribuições e competências, nomeadamente as previstas no artigo 14.º da Lei da Transparência, bem como o disposto nas alíneas g) e j) do artigo 8.º dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro (Estatutos da ERC), verificou e declarou a falta de transparência da titularidade da participação qualificada de 51 % do World Opportunity Fund, Ltd., na Páginas Civilizadas, Lda., e, por essa via, da titularidade da participação indireta de 25,628 % na Global Notícias - Media Group S.A.

- Esta declaração de falta de transparência decorreu de fundadas dúvidas sobre a existência de participações qualificadas no capital social do World Opportunity Fund, Ltd., detentor de uma participação direta de 51 % na Páginas Civilizadas, Lda., e de uma participação indireta de 25,628 % na Global Notícias - Media Group S.A., entidade que prossegue atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português;
- A declaração de falta de transparência ocorreu após notificação de todos os interessados para apresentarem prova ou tomarem medidas com vista a esclarecer ou assegurar a transparência da titularidade da participação qualificada em causa;
- A declaração de falta de transparência visou garantir os objetivos da Lei da Transparência dos *Media*, nomeadamente, a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e a salvaguarda da independência editorial perante os poderes político e económico;
- A declaração de falta de transparência perdurará até ser integralmente superada;

- A declaração de falta de transparência não afeta a possibilidade de a participação qualificada do World Opportunity Fund, Ltd. poder vir a ser transmitida a terceiros que, junto da ERC, sanem as dúvidas relativas à transparência.

Assim, e nos termos e para os efeitos do disposto no artigo 14.º da Lei da Transparência, da publicação de tal Declaração, decorreram como efeitos automáticos e imediatos:

- A suspensão do exercício dos direitos de voto do World Opportunity Fund, Ltd., na Páginas Civilizadas, Lda. E, consequentemente, na Global Notícias - Media Group, S.A.;
- A suspensão do exercício dos direitos patrimoniais do World Opportunity Fund, Ltd. na Páginas Civilizadas, Lda., e consequentemente, na Global Notícias - Media Group, S.A.;
- A obrigação imediata de o World Opportunity Fund, Ltd. depositar os direitos patrimoniais referidos no número anterior em conta individualizada aberta junto de instituição de crédito habilitada a receber depósitos em território português, sendo proibida a sua movimentação a débito enquanto durar a suspensão;
- A responsabilização do World Opportunity Fund, Ltd., enquanto titular da participação qualificada sobre a qual se verifica a falta de transparência, por todas e quaisquer obrigações declarativas ou de registo, ao abrigo de outros regimes jurídicos, pela suspensão dos direitos inerentes à sua participação no capital da Páginas Civilizadas, Lda. e, consequentemente, na Global Notícias - Media Group S.A.

Em maio de 2024, o Conselho Regulador da ERC, notificado pela Autoridade da Concorrência (AdC), deliberou não se opor à operação de concentração que consistiu na aquisição pela Notícias Ilimitadas, S.A. da propriedade das marcas editoriais da Global Notícias – Media Group, S.A., bem como de participações do capital social por esta detidas na Rádio Notícias – Produção e Publicidade, S.A., concluindo que a operação em causa «não coloca em causa os valores da liberdade de expressão, do pluralismo e da diversidade de opiniões, a par da livre difusão de, e acesso a conteúdos, cuja tutela incumbe à ERC acautelar». A AdC deliberou, posteriormente, que tal compra não configurava uma operação de concentração, pois não haveria uma situação de domínio de mercado que pudesse afetar a concorrência.

b) Medialivre S.A.

A Cofina Media, atualmente designada de Medialivre, foi adquirida através de um *Management Buy Out* (MBO) em novembro de 2023, por quadros da empresa e alguns investidores. Este grupo de investidores, para além dos referidos quadros da empresa, inclui figuras notáveis como Cristiano Ronaldo, e a compra teve um preço (*Enterprise Value*) de 56,8 milhões de euros.

A 16 de fevereiro de 2024, a Medialivre requereu à ERC autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, designado Canal9. Cerca de 2 meses mais tarde, em 12 de abril de 2024, a Medialivre apresentou novo requerimento à ERC, desta feita para a alteração de denominação de Canal9 para News Now, «dado que a denominação constitutiva do processo inicial seria provisória». Nesse sentido, a Media Livre solicitou «revogar a Deliberação ERC/2024/169 (AUT-TV), de 10 de abril, que autorizou o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo temático, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado Canal9, uma vez que sobre esta Deliberação não foi executado qualquer ato administrativo subsequente».

Em meados de abril, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) deu “luz verde” ao novo canal de informação News Now.

Em 12 de março de 2024, a Medialivre recebeu também autorização da ERC para adquirir as rádios SBSR e Festival do Norte, serviços de programas anteriormente detidos pela Música no Coração, empresa cujo capital é integralmente detido por Luís Manuel de Sá Montez.

Luís Manuel de Sá Montez é um dos principais *players* no setor da rádio em Portugal, através da detenção de participações sociais e da ocupação de posições de liderança em órgãos sociais de vários operadores de rádio.

2. Enquadramento das disposições legais da transparência

2.1 Âmbito de aplicação

O regime jurídico da transparência dos *media*² abrange todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prosseguem atividades de comunicação social. Correspondem praticamente ao universo de entidades reguladas pela ERC3, 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.

² 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.

³ 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.



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 1).

FIG. 1 – 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 agregada e trabalhada do setor com base nos elementos comunicados pelos Regulados na Plataforma da Transparência e exibidos publicamente no Portal da Transparência.

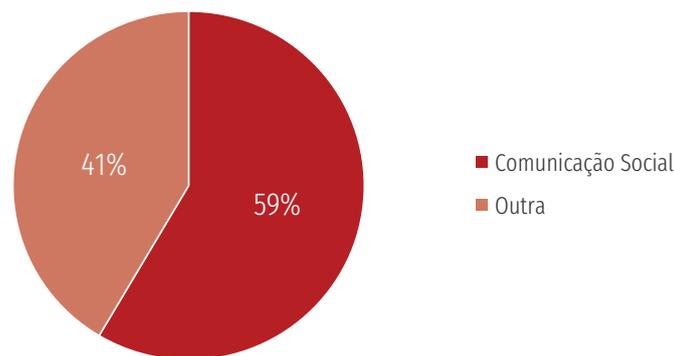
Os dados apresentados neste subponto dizem respeito a entidades que detêm diretamente órgãos de comunicação social, ou seja, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma Digital da Transparência. Designamos estas entidades por “entidades-base”.

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 15 de maio de 2024, o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre 1458 entidades que prosseguem diretamente atividades de comunicação social, detentoras de 1893 órgãos de comunicação social. Excluindo pessoas individuais, estas entidades detinham diretamente 1541 órgãos de comunicação social ativos.

Um total de 80,3 % destas entidades corresponde a pessoas coletivas e 19,7 % 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). A Comunicação social é atividade principal de 59 % das entidades proprietárias que consistem em pessoas coletivas.

FIG. 2 – ATIVIDADE ECONÓMICA PRINCIPAL DE ENTIDADES PROPRIETÁRIAS (PESSOAS COLETIVAS) DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

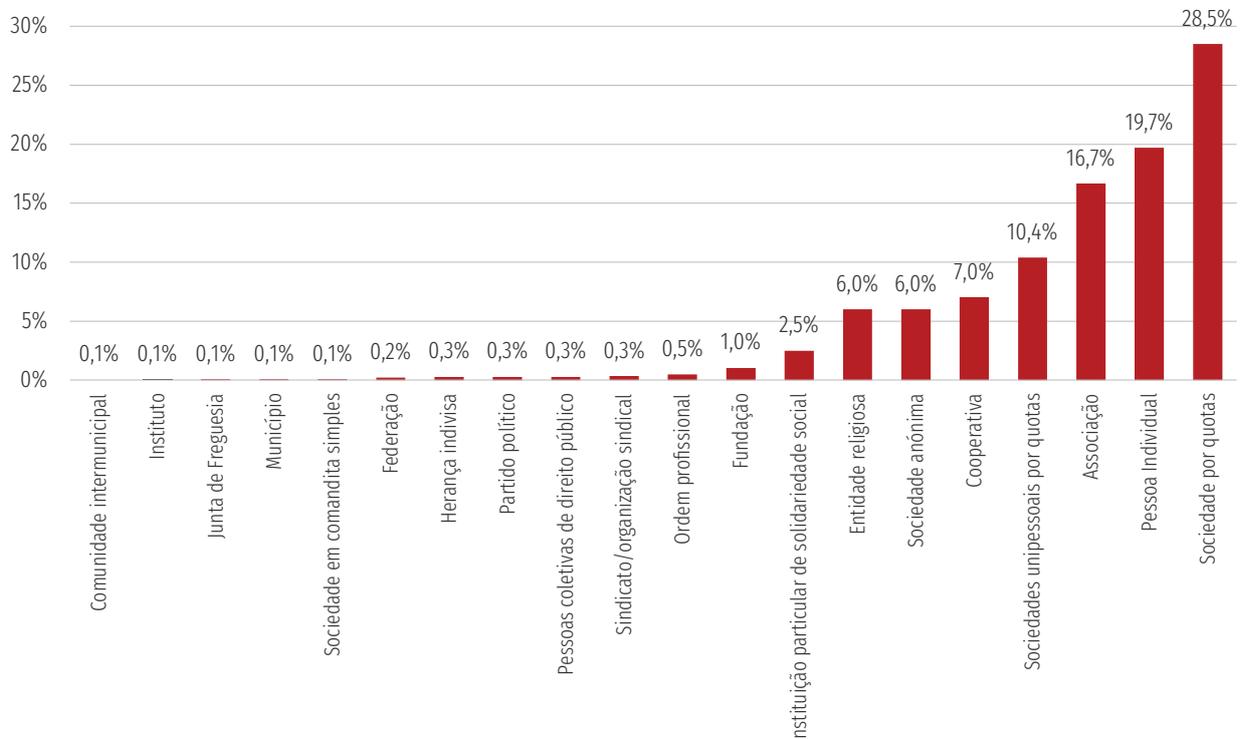


Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

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: 45,2 %. 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 (28,5 %), seguindo-se as associações (16,7 %), as sociedades unipessoais por quotas (10,4 %), as cooperativas (7 %), as sociedades anónimas (6 %), e as entidades religiosas (6 %), que correspondem, sobretudo, a fábricas de igreja. As demais figuras jurídicas são residuais (Figura 3).

FIG. 3 – TIPO DE ENTIDADE QUE PROSSEGUER ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

As publicações periódicas (PP) em suporte papel ou *papel/online* são o principal tipo de OCS detido pelas empresas que prosseguem atividades de comunicação social (70 %)⁴. Seguem-se os operadores de rádio, que representam 21,7

⁴ Categoria “PP papel ou papel/online”, que compreende publicações periódicas registadas na ERC em suporte “papel”, “online” ou “papel e online”.

% dos OCS registados, e os serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet (SPDEI) que, em conjunto (*webradio* e *webtv*), representam 1,9 %. 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 4).

FIG. 4 – % DE PROPRIETÁRIOS POR TIPO DE OCS DETIDO

TIPOS DE OCS DETIDOS	%
Operador de Distribuição + Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	0,10 %
Operador de Distribuição + Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	0,10 %
Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	0,10 %
Operador de Rádio + Operador Televisivo	0,10 %
Serviço de Programa Televisivo Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,10 %
Empresa Noticiosa	0,20 %
Operador de Distribuição + Serviço Audiovisual a Pedido	0,20 %
Operador de Rádio + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,30 %
Operador de Rádio + Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,40 %
Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	0,40 %
Operador de Distribuição	0,40 %
Operador Televisivo + Publicação Periódica	0,40 %
Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	0,70 %
Operador Televisivo	1,30 %
Operador de Rádio + Publicação Periódica	1,70 %
Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	1,90 %
Operador de Rádio	21,70 %
Publicação Periódica	70,00 %
TOTAL	100,00 %

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

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 33 % das entidades proprietárias; Porto com cerca de 13,3 % das entidades proprietárias. Em sentido contrário, Beja, Bragança, Portalegre e Vila Real correspondem aos distritos com menor número de entidades proprietárias. Aproximadamente 5,4 % das entidades proprietárias estão sediadas nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (Figura 5).

FIG. 5 – PROPRIETÁRIOS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL POR DISTRITO/ REGIÃO AUTÓNOMA

País / Região / Distrito	%
Bragança	1,0 %
Beja	1,1 %
Portalegre	1,3 %
Vila Real	1,5 %
Guarda	1,8 %
Évora	1,9 %
Castelo Branco	2,1 %
Região Autónoma da Madeira	2,2 %
Viana do Castelo	2,4 %
Região Autónoma dos Açores	3,2 %
Faro	3,4 %
Leiria	3,8 %
Viseu	3,9 %
Setúbal	4,0 %
Coimbra	4,2 %

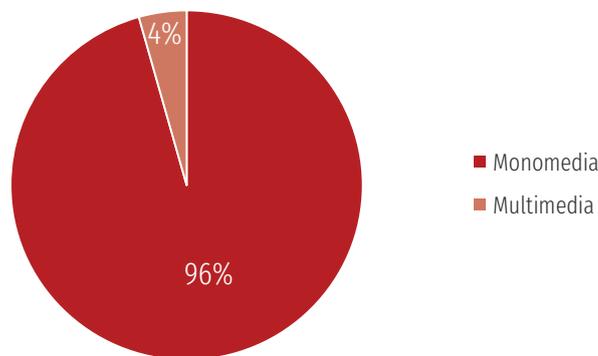
FIG. 5 – PROPRIETÁRIOS DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL POR DISTRITO/ REGIÃO AUTÓNOMA

País / Região / Distrito	%
Aveiro	4,8 %
Santarém	4,9 %
Braga	6,0 %
Porto	13,3 %
Lisboa	33,0 %

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

A grande maioria das entidades-base de comunicação social (96 %) detém um único tipo de OCS, apresentando, nesta dimensão, um baixo nível de concentração (Figura 6). 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 4 % possuem mais do que um tipo de OCS.

FIG. 6 – PERCENTAGEM DE ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE APENAS UM ÓRGÃO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (MONOMEDIA)



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

Entre as entidades detentoras de meios de comunicação de diferentes tipos (multimédia), a combinação mais comum é entre operador de rádio e imprensa (Figura 7).

FIG. 7 – COMBINAÇÕES DE TIPOS DE OCS DAS ENTIDADES MULTIMÉDIA

TIPOS DE OCS	N.º de entidades
Operador de Distribuição + Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Operador de Distribuição + Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Publicação Periódica + Serviço Audiovisual a Pedido	1
Operador de Rádio + Operador Televisivo	1
Operador de Distribuição + Serviço Audiovisual a Pedido	2
Operador de Distribuição + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	3
Operador de Rádio + Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	4
Operador Televisivo + Serviço Audiovisual a Pedido	4
Operador Televisivo + Publicação Periódica	5
Publicação Periódica + Serviço de Programa Rádio Distribuído Exclusivamente pela Internet	8
Operador de Rádio + Publicação Periódica	19
TOTAL	49

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

O maior número de entidades que detém mais do que 1 OCS são os operadores de rádio, que simultaneamente detêm publicações periódicas (19), seguidos dos proprietários de PP que também detêm Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet (8).

3. Poderes de Influência

No artigo 1.º n.º 1 da Lei da Transparência, que estabelece que «A presente lei regula a transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, tendo em vista a promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e a **salvaguarda da sua independência editorial perante os poderes político e económico**» - estão enumerados dois poderes de influência, os «poderes político e económico». No entanto, esta enumeração deverá ser entendida como uma exemplificação (a mais relevante) da identificação de eventuais «poderes de influência» sobre a «independência editorial» que a LT visa salvaguardar.

Nesse sentido, destacam-se as normas gerais dos Estatutos da ERC, em particular: os objetivos da regulação – alínea b) do artigo 7.º (*in fine*⁵); e atribuições da ERC – alínea c) do artigo 8.º⁶. Mais relevante, contudo, é a competência específica do Conselho Regulador para «**proceder à identificação dos poderes de influência sobre a opinião pública**, na perspetiva da defesa do pluralismo e da diversidade, podendo adotar as medidas necessárias à sua salvaguarda» – alínea q), do n.º 3, do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC.

Para esta interpretação concorre a própria Lei da Transparência que, na caracterização das obrigações de reporte e divulgação, inclui «a relação de pessoas individuais ou coletivas que tenham (...) contribuído em, pelo menos, mais de 10 % para os rendimentos (...) ou sejam titulares de créditos suscetíveis de lhes atribuir uma influência relevante sobre a empresa, nos termos a definir no regulamento da ERC» – n.º 3, do artigo 5.º da LT.

Para além da titularidade da propriedade, gestão e direção editorial, o Regulamento define essa influência relevante nas alíneas a) e b) do n.º 2 do seu artigo 3.º:

- a) «A relação de pessoas singulares ou coletivas que representem mais de 10 % dos rendimentos totais, indicando a respetiva percentagem e rubricas a que se referem;»
- b) «A relação de pessoas singulares ou coletivas que representam mais de 10 % da soma do montante total de passivos no balanço e dos passivos contingentes com impacto material nas decisões económicas, indicando a respetiva percentagem e as rubricas a que se referem.»

Ou seja, nas obrigações de reporte, destaca-se a caracterização económica de vias de influência na independência editorial sem restringir a natureza original dessa influência (política, económica, desportiva, religiosa, cultural, etc.). Reconhece-se, assim, a relevância dos poderes político e económico em si mesmos, mas não se ignora que, através da via económica, vários outros tipos de “poderes de influência” podem restringir a “independência editorial”. São todos esses “poderes de influência” que a Lei visa tornar transparentes ao público em geral.

Nestes termos, o cabal cumprimento dos objetivos da Lei da Transparência implica uma interpretação abrangente dos poderes face aos quais importa «salvaguardar a independência editorial» e «promover a liberdade e pluralismo de expressão».

A metodologia aqui operacionalizada na identificação de potenciais poderes de influência é apreensível pela exemplificação ao:

- a) Identificar, pela via dos fluxos financeiros do OCS, um poder de influência externo à sua redação, seja este (na sua origem) de natureza política, económica, desportiva, religiosa ou outra, e.g., por uma percentagem relevante da sua faturação provir de um clube desportivo ou de uma empresa de obras públicas locais; mas também, no caso de apoios públicos diretos e indiretos, se essa relação é exclusiva ou idêntica para todos os OCS concorrentes;

⁵ Art.º 7.º - Objetivos da Regulação – «Assegurar a livre difusão de conteúdos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social e o livre acesso aos conteúdos por parte dos respetivos destinatários da respetiva oferta de conteúdos de comunicação social, de forma transparente e não discriminatória, de modo a evitar qualquer tipo de exclusão social ou económica e zelando pela eficiência na atribuição de recursos escassos»

⁶ Art.º 8.º - Atribuições – «Garantir a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social»

- b) Verificar se o OCS em causa se integra de forma complementar numa atividade principal diversa, à qual é instrumental, *e.g.*, se é uma mera publicação de divulgação comercial (revista de um hipermercado ou marca automóvel), ou mesmo doutrinária, ou se, pelo contrário, é um OCS generalista informativo; e
- c) Finalmente, pela análise do potencial impacto no mercado relevante, *e.g.*, se no mercado de um jornal local existem outros três jornais locais ou apenas um, ou, pelo lado do consumo nesse mercado, o OCS em causa tem preponderância nas audiências e no *agenda setting* (influência no debate público). Ou, *mutatis mutandis*, se o mercado relevante é a televisão em sinal aberto (com apenas três “marcas”) ou a distribuição por cabo (com dezenas de “marcas” e audiências muito diversificadas).

De notar, ainda, que a identificação de poderes de influência não é, na Lei, limitada a casos de efetivação dessa influência, bastando a existência potencial dessa capacidade – cfr. artigo 24.º, n.º 3, alínea q) dos Estatutos da ERC. Pelo que, para os efeitos aqui em análise, é irrelevante que esses poderes sejam ou não exercidos. O objetivo legal é permitir, ao Regulador como ao público em geral, conhecer esse potencial e possibilitar uma avaliação crítica da independência editorial do OCS em causa.⁷

4.1 Órgãos Sociais

Os órgãos sociais das entidades têm um papel fundamental no bom funcionamento da entidade que representam e na salvaguarda da responsabilidade organizacional perante entidades externas. A independência e composição dos órgãos sociais, a forma como são nomeados, a sua cultura e predisposição ao risco, a forma como são remunerados e supervisionados, entre outros aspetos, são determinantes numa gestão independente e plural.

Entre os órgãos sociais de maior relevo, incluem-se o conselho de administração, a comissão executiva, entre outros, que tomam decisões estratégicas e operacionais. O órgão social mais típico das empresas de *media* portuguesas é a gerência uma vez que, como supraindicado, a maioria tem a forma de sociedade comercial por quotas.

O artigo 3.º n.º 1 da Lei da Transparência, relativo à Transparência da titularidade e da gestão, determina que as entidades que prosseguem atividades de comunicação social devem comunicar à ERC a «composição dos seus órgãos sociais, assim como a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos difundidos...»

Esta obrigação repete-se no Relatório Anual de Governo Societário para as entidades sob forma societária, conforme disposto no n.º 2 do artigo 16.º da Lei da Transparência que dispõe o seguinte: «As informações a incluir no relatório serão definidas em regulamento da ERC, devendo, nomeadamente, conter: a titularidade dos órgãos sociais e atividades profissionais paralelas; ...». No Regulamento n.º 835/202 de 2 de outubro, esta matéria consta do art.º 5.º n.ºs 1 e 2.

Na Plataforma da Transparência, existem 2763 referências a pessoas individuais na qualidade de órgãos sociais de entidades também aí registadas. 100 pessoas fazem parte de 2 ou mais órgãos sociais (Figura 8).

FIG. 8 – N.º DE VEZES EM QUE A MESMA PESSOA SINGULAR É IDENTIFICADA EM ÓRGÃOS SOCIAIS DE ENTIDADES PROPRIETÁRIAS DE OCS

N.º de vezes em que a mesma pessoa singular é identificada em órgãos sociais de entidades proprietárias de OCS – (situação A)	N.º total de pessoas singulares por situação A
2	74
3	12
4	6
5	7
6	1
Total	100

Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

⁷ Para mais desenvolvimentos, vide o estudo da ERC “Regime da Transparência dos *Media* – Prática Regulatória (2016-2021)”, disponível em: <https://www.flipsnack.com/ercpt/regime-da-transpar-ncia-dos-media-pr-tica-regulat-ria-2016-21/full-view.html>

As pessoas singulares que são identificadas 5 ou 6 vezes em órgãos sociais das empresas que prosseguem atividades de comunicação social fazem parte de grupos de *media* de âmbito nacional, designadamente da NOS, Renascença e Global Notícias Media Group.

4.2 Relatório Anual de Governo Societário

As sociedades comerciais que prosseguem atividades de comunicação social nos termos da Lei da Transparência (art.º 2.º n.º 1) e dos Estatutos da ERC (art.º 6.º), para os quais aquela Lei remete, são obrigadas a apresentar um relatório anual de governo societário (RGS) no qual apresentam informações sobre as práticas de governança por si adotadas em determinado exercício.

O RGS é o documento que descreve o sistema de regras e condutas relativo ao exercício da direção e do controlo da sociedade, e que visa promover a transparência e prestar contas sobre a estrutura de capital, gestão, controlos internos e práticas de responsabilidade editorial da empresa.

De acordo com o artigo 16.º da Lei da Transparência, as entidades reguladas pela ERC que desenvolvam a sua atividade sob forma societária devem apresentar, até ao dia 30 de abril de cada ano, um RGS.

Este relatório comporta 3 eixos que concretizam os 3 pilares fundamentais das dimensões da transparência dos *media* – titularidade, gestão e meios de financiamento:

1. Identificação dos titulares dos órgãos sociais e respetivas atividades profissionais paralelas (artigo 5.º, n.º 1, alínea a) do Regulamento);
2. Declaração sobre a existência de sistemas de controlo interno e comunicação de irregularidades quanto ao controlo dos meios de financiamento obtidos e, caso existam, descrição dos mesmos (artigo 5.º, n.º 1, alínea b) do Regulamento);
3. Identificação e descrição dos mecanismos relevantes de garantia de independência em matéria editorial (artigo 5.º, n.º 1, alínea c) do Regulamento).

Relativamente ao tipo de entidades que devem comunicar anualmente, à ERC, o RGS, o artigo 8.º da LT, ao aludir à figura de pessoas coletivas de forma não societária, indiretamente, clarifica o conceito de sociedade, levando à exclusão desta obrigação de «pessoas coletivas de forma não societária que prosseguem atividades de comunicação social, designadamente associações, cooperativas ou fundações».

Posteriormente, o artigo 16.º da LT determina que a definição das informações a incluir no RGS são definidas por regulamento da ERC.

O Regulamento, no seu artigo 5.º veio definir o conjunto de elementos a incluir no RGS. De notar, *a latere*, que a experiência da atividade reguladora nesta matéria revelou, para além de uma enorme heterogeneidade de formas e conteúdos de relatórios de governo societário, um elevado número de RGS que incluem, erradamente, dados pessoais não solicitados, nem obrigatórios por lei. Entre estes foram já encontrados elementos referentes a moradas, contactos e outros dados que, pelo carácter pessoal e, não sendo a sua divulgação (nem reporte) obrigatórios no âmbito da Lei da Transparência, estão protegidos e ficam sujeitos ao regime constante do RGPD – Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados da União Europeia [Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de abril de 2016]. Este facto, mais comum do que esperado, aliado à forma como os RGS são comunicados (versão eletrónica em *.pdf*), obstam materialmente à divulgação desses RGS na versão reportada à ERC. Sem prejuízo de adaptação a métodos adequados a expurgar estes dados pessoais no futuro, a ERC optou por não fazer a divulgação eletrónica qua tal, antes permitindo a consulta individualizada, após expurgar (caso a caso) esses mesmos dados.

Tendo em vista facilitar aos regulados o reporte correto destes elementos legalmente exigidos, o próprio Regulamento n.º 835/2020, de 2 de outubro, inclui, em anexo, uma “listagem-mapa” dessas informações, que aqui se transcreve.

FIG. 9 – COMPONENTES DO RELATÓRIO DE GOVERNO SOCIETÁRIO

ANEXO 1

RELATÓRIO ANUAL DE GOVERNO SOCIETÁRIO REFERENTE AO ANO DE _____

Designação da Entidade: _____

Data: _____

Elementos a comunicar obrigatoriamente	Elementos a comunicar caso existam ou sejam aplicáveis
Identificação dos titulares dos órgãos sociais e respetivas atividades profissionais paralelas (Artigo 5.º, n.º 1, alínea a))	
a) Nome e função dos titulares dos órgãos sociais;	a) Modelo de governação dos órgãos sociais, com diferenciação entre órgãos executivos e órgãos não executivos;
b) Nota biográfica com informação de natureza profissional e académica dos titulares dos órgãos sociais.	b) Competências e funcionamento dos órgãos sociais;
	c) Descrição das atividades profissionais paralelas dos titulares dos órgãos sociais;
	d) Indicação sobre se cada membro dos órgãos sociais é ou não remunerado no âmbito das funções que exerce no órgão de comunicação social.
Declaração sobre a existência de sistemas de controlo interno e comunicação de irregularidades quanto ao controlo dos meios de financiamento obtidos e, caso existam, descrição dos mesmos (Artigo 5.º, n.º 1, alínea b))	
a) Organograma ou mapas funcionais;	a) Informação acerca de repartição de competências e eventuais delegações de competências;
b) Identificação do Técnico Oficial de Contas, do Revisor Oficial de Contas e/ ou do auditor externo, assim como as contraprestações auferidas;	b) Descrição detalhada dos mecanismos internos existentes para minimizar os riscos de irregularidades na obtenção de meios de financiamento e de eventuais conflitos de interesses;
c) Estatutos e outros regulamentos internos.	c) Descrição dos mecanismos que permitam aferir o alinhamento dos interesses dos membros do órgão de administração com os interesses da sociedade;
	d) Descrição da política de remuneração dos órgãos de administração e de fiscalização, nomeadamente critérios de definição da componente variável da remuneração, caso exista. Caso não exista componente de remuneração variável, tal deve ser expressamente indicado;
	e) Mecanismo para a comunicação interna e externa de irregularidades;
	f) Indicadores sobre audiências, tiragens e circulação.
Identificação e descrição dos mecanismos relevantes de garantia de independência em matéria editorial (Artigo 5.º, n.º 1, alínea c))	
a) Estatuto editorial do ou dos órgãos de comunicação social;	a) Estrutura editorial do ou dos órgãos de comunicação social;
b) Indicação dos responsáveis editoriais do ou dos órgãos de comunicação social;	b) Composição do Conselho de Redação, estatuto e principais decisões no período em análise;
c) Nota biográfica com informação de natureza profissional e académica dos responsáveis editoriais;	c) Autonomia orçamental dos responsáveis editoriais;
d) Atividades paralelas remuneradas dos responsáveis editoriais. Caso não existam atividades paralelas, tal deve ser mencionado.	d) Manuais de boas práticas editoriais e códigos de conduta.

Fonte: Regulamento ERC 835/2020 - Diário da República, 2.ª série, de 2 de outubro de 2020.

O RGS é disponibilizado publicamente, neste momento, mediante solicitação de qualquer interessado através do Portal da Transparência.

No Anexo 1 do Regulamento n.º 835/2020 de 2 de outubro conforme a figura n.º 9, estão indicados os elementos obrigatórios do RGS a comunicar anualmente à ERC e elementos de comunicação necessária apenas se aplicáveis ou existentes (Figura 9).

A distinção pretende adaptar as exigências legais às estruturas organizacionais das empresas de comunicação social, sendo que estruturas mais complexas, maiores e mais densamente organizadas, naturalmente dispõem de órgãos, procedimentos e mecanismos de gestão e de controlo interno, inexistentes em estruturas mais simples.

Todas as estruturas devem, do ponto de vista da transparência, publicitar os mecanismos de que dispõem para minimizar os conflitos de interesses ou eventuais poderes de influência a que possam estar sujeitas, tendo em vista a preservação da sua independência perante o poder económico e político.

A este respeito, destacam-se as seguintes obrigadoriedades de reporte, em alguns casos, apenas se existentes:

- «Descrição das atividades profissionais paralelas dos titulares dos órgãos sociais» (art.º 5.º n.º 3 alínea c) do Regulamento);
- «Descrição detalhada dos mecanismos internos existentes para minimizar os riscos de irregularidades na obtenção de meios de financiamento e de eventuais conflitos de interesse» (art.º 5.º n.º 5 alínea b) do Regulamento);
- Informação sobre «Atividades paralelas remuneradas dos responsáveis editoriais. Caso não existam atividades paralelas, tal deve ser mencionado» (art.º 5.º n.º 6 alínea d) do Regulamento)
- Informação sobre «Autonomia orçamental dos responsáveis editoriais» (art.º 5.º n.º 7 alínea c) do Regulamento);
- Informação sobre «Manuais de boas práticas editoriais e códigos de conduta» (art.º 5.º n.º 7 alínea d) do Regulamento).

Tratando-se de estruturas complexas ainda mais importante é conhecer a sua tipologia organizacional em prol dessa mesma Transparência.

Além de ser disponibilizada ao público a pedido, por forma a poderem ser expurgados os dados pessoais, a informação contida no RGS comunicado pelas empresas que prosseguem atividades de comunicação social é analisada na produção de estudos tendo em vista melhorar o conhecimento do setor por parte do regulador.

4.3 Clientes Relevantes e Detentores de Passivos Relevantes

Os clientes relevantes (no âmbito do regime jurídico da transparência, aqueles que representem 10 % ou mais dos rendimentos totais) podem ter um poder de influência significativo na gestão de uma empresa ou organização de *media*.

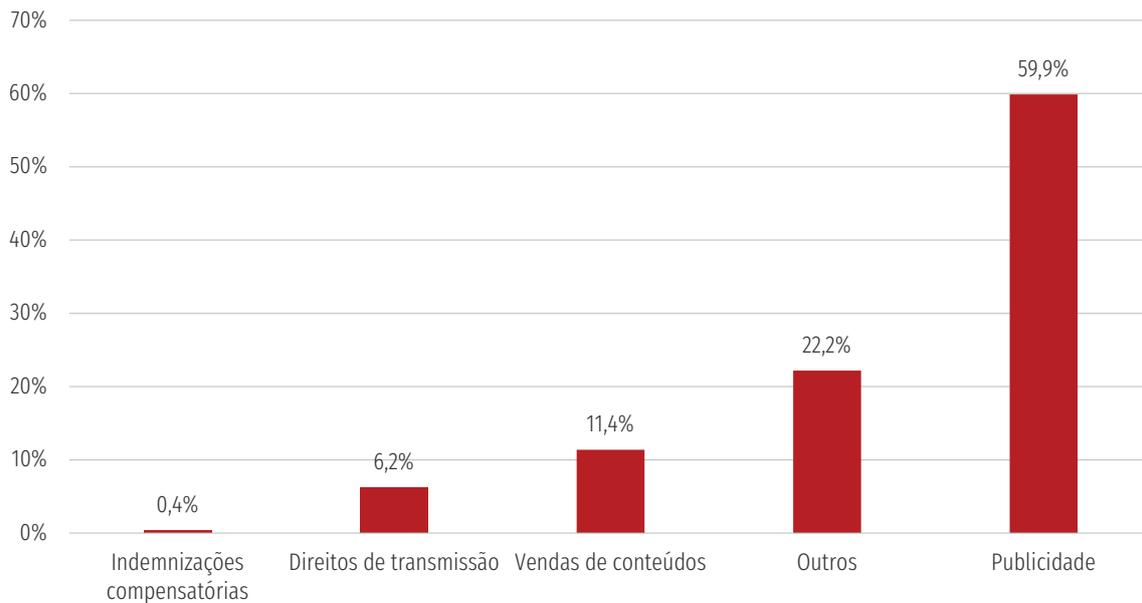
Estes poderão ter a capacidade de moldar políticas corporativas, práticas de governança e até mesmo a direção estratégica da organização, contando que representem fatias substanciais das receitas da empresa, criando um grau de dependência.

A análise do poder de negociação dos clientes é um exercício crucial. Uma boa forma de o medir é avaliar o grau de concentração, ou seja, quanto mais a geração de receitas de uma entidade esteja dependente de um determinado cliente (s) (maior concentração), maior será o seu poder sobre a empresa prestadora de serviços de comunicação social, uma vez que controla uma fatia substancial das receitas.

É fundamental para a defesa dos valores do pluralismo e da independência editorial identificar todos os clientes relevantes das entidades que prosseguem atividades de comunicação social em Portugal, avaliar o grau de dependência destas face a tais clientes, e identificar potenciais influências no conteúdo produzido por tais entidades.

No ano de 2022 (os dados de 2023 apenas estarão disponíveis a partir de 30 de junho de 2024⁸), identificou-se o tipo de Cliente Relevante mais frequente em órgãos de comunicação social que, como não é de surpreender, são os clientes de serviços de publicidade (Figura 10). Mesmo sem personalizar, pode dizer-se que este tipo de cliente é fundamental quer para órgãos de comunicação social de grande como de pequena dimensão.

FIG. 10 – TIPO DE CLIENTE RELEVANTE MAIS FREQUENTE NO ANO DE 2022



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.

Entre os clientes relevantes um tipo de entidade que se destaca são os municípios, responsáveis por rendimentos dos OCS locais, fator essencial para a sustentabilidade financeira de muitos deles e, ao mesmo tempo, devendo ser ponderado com a garantia de independência editorial.

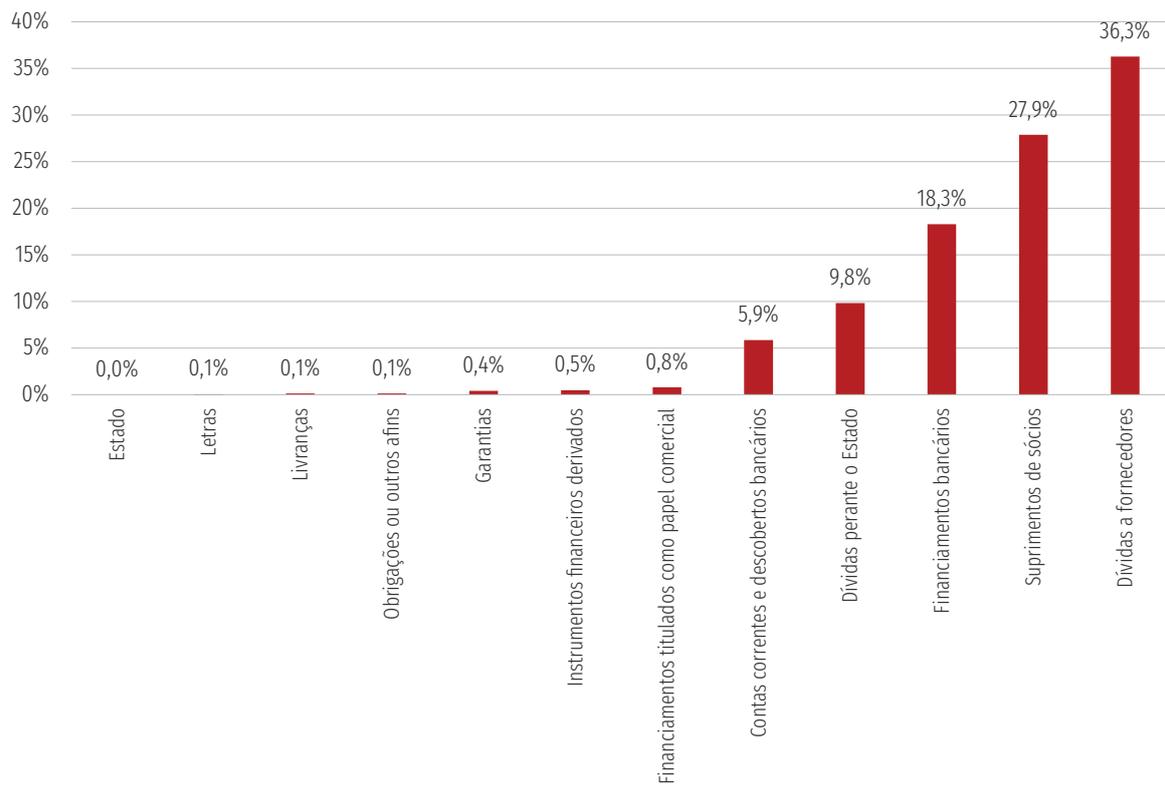
Por outro lado, os detentores de passivo ou credores desempenham um papel crucial nas finanças de qualquer entidade que preste serviços de comunicação social. Fornecem capital por meio de empréstimos ou outras facilidades de pagamento, o que ajuda a financiar operações diárias, projetos de expansão e investimentos em ativos.

No contexto da gestão, e para além do papel que desempenham no desenvolvimento da atividade corrente das empresas, os credores têm influência em áreas críticas e em certos casos específicas como i) aprovação de Planos de Recuperação (durante processos de recuperação judicial, os credores têm poder significativo na negociação e aprovação do plano de recuperação da empresa em crise); e ii) Responsabilidade Legal e Contratual (os credores podem responsabilizar os administradores por danos causados à empresa, como violação de deveres ou preterição de obrigações legais); os administradores devem igualmente considerar os interesses de longo prazo dos credores ao tomar decisões que afetam a empresa. A responsabilidade dos administradores perante os credores ocorre quando o património social se torna insuficiente para satisfazer os créditos devido a violações legais ou contratuais.

Da informação inserida na Plataforma da Transparência sobre Detentores Relevantes de Passivo conclui-se que, em 2022, e tal como seria expectável, foram os fornecedores os principais credores dos órgãos de comunicação social, seguidos, a alguma distância pelos sócios e por instituições financeiras (Figura 11).

⁸ As entidades que prosseguem atividades de comunicação social têm de apresentar os fluxos financeiros de determinado exercício até ao dia 30 de junho do exercício seguinte conforme disposto no n.º 2 do art.º 4.º do Regulamento n.º 835/2020 de 2 de outubro, que implementou a Lei da Transparência.

FIG. 11 – TIPO DE DETENTOR RELEVANTE DE PASSIVOS MAIS FREQUENTE NO ANO DE 2022



Fonte: Plataforma da Transparência – 15.05.2024. Elaboração ERC.



4.4 Outros poderes de influência – Exemplos do Portal da Transparência

Numa outra ótica de análise de poderes de influência, observando o tipo de entidades proprietárias de OCS com forma não societária registadas na Plataforma da Transparência (Figura 3) sobressaem as associações (16,7 %), as cooperativas (7%), a forma jurídica de vários operadores de rádio, as entidades religiosas (6 %) e as Instituições particulares de solidariedade social (2,5 %), muitas destas Santas Casas da Misericórdia.

O Grupo Renascença é um exemplo de grupo de comunicação social detido por duas estruturas da Igreja Católica Portuguesa, a Conferência Episcopal Portuguesa⁹ e o Patriarcado de Lisboa¹⁰. É proprietário dos seguintes serviços de programas de rádio: Renascença, RFM e MEGA HITS. Na área digital o grupo conta com as *webrádios* RFM Oitenta's, RFM On the Rock, RFM Dancefloor, e RFM Oceano Pacífico. O Grupo Renascença Multimédia é também composto pela Intervoz Publicidade S.A. e por uma promotora.

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) é uma outra entidade religiosa de relevo no panorama dos *media* nacionais. Detém diretamente 3 órgãos de comunicação social e a gestora de participações sociais por si detida a 100 %, a Global Difusion, SGPS, S.A., é proprietária de 6 operadores de rádio, a seguir identificados.

FIG. 12 – OCS DO UNIVERSO DE ENTIDADES DA IURD

Designação do OCS	Serviços de Programas	Tipo	Entidade Proprietária
Eu Era Assim	n/a	Imprensa	Igreja Universal do Reino de Deus
Folha de Portugal	n/a	Imprensa	Igreja Universal do Reino de Deus
Igreja Universal do Reino de Deus	UNIFÉ TV	Televisão	Igreja Universal do Reino de Deus
Horizontes Planos - Informação e Comunicação, Unipessoal, Lda.	Antena Sul Rádio Jornal Antena Sul Almodôvar	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.
R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.	Record Algarve Kiss FM	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.
Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Unipessoal, Lda.	Maiorca FM Record Fm Record Leiria	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.
Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.	Record Porto	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.
Rádio Pernes, Lda.	Record Santarém	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.
Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Rádio Positiva Rádio Linear	Rádio	Global Difusion, SGPS, S.A.

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-5-2024)

⁹ [Estrutura e funcionamento - Conferência Episcopal Portuguesa \(conferenciaepiscopal.pt\)](http://estruturaefuncionamento-conferenciaepiscopalportuguesa.com)

¹⁰ [Patriarcado de Lisboa \(patriarcado-lisboa.pt\)](http://patriarcadodelisboa.com)

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 13).

FIG. 13 – OPERADORES TELEVISIVOS DETIDOS POR ENTIDADES DESPORTIVAS OU COM SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO DESPORTIVO

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	
Sporting TV	Temática - Desporto		Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	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 14).

FIG. 14 – OPERADORES RADIOFÓNICOS E SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDOS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO

Serviço de programas radiofónico	Operador radiofónico	Titularidade direta	Titularidade indireta
Estádio 96.2	Baobad - Comunicações e Publicações, S.A.	Acácio Martins Marinho (75 %) Elísio Cabral Oliveira (25 %)	-
Golo FM	Superrádio, Unipessoal, Lda.	Salpicos de Publicidade, Lda. (100 %)	José João Vinhas da Silva (50 %) Júlia Cândida Amorim Monteiro (50 %)
Golo FM (Bombarral)	Goal News FM Radio, Lda.	Goal News FM Radio, Lda. (100%)	Manuel Joaquim Conceição Vinhas da Silva (99 %) Mária 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 seguinte, estão indicados alguns Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente por Internet (ou Web Rádios) da área do desporto, assim como a respetiva titularidade direta e indireta.

FIG. 15 – WEB RÁDIOS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR ENTIDADES DA ÁREA DO DESPORTO

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 16.

FIG. 16 – ENTIDADES COM DOIS OU MAIS OCS DA TEMÁTICA DESPORTO

Entidade-base	Publicação periódica	Operador televisivo	Serviço de programas televisivo
Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	A Bola	Vicra Comunicações, Lda.	A Bola TV
	Auto Foco		
	Cadernos de A Bola		
	Mundo Desportivo		
Futebol Clube do Porto	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
Sporting Clube Olhanense	O Olhanense	-	-
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	-	-
Federação Portuguesa de Voleibol	O Gira-Vólei	-	-
	O Voleibol	-	-

Fonte: ERC – Portal da Transparência e Base de dados dos Registos

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.

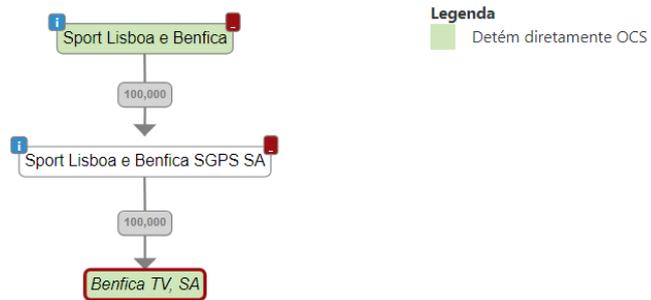
FIG. 17 – ESTRUTURA DO CAPITAL DA AVENIDA DOS ALIADOS, S.A.

Entidade	Titularidade direta	Titularidade indireta
		Futebol Clube do Porto (0,981%)
		FUTEBOL CLUBE DO PORTO - FUTEBOL, SAD (81,395 %) Futebol Clube do Porto (61,046 %)
	FCP Media, S.A. (82,4 %)	Portocomercial - Sociedade de Comercialização, Licenciamento e Sponsorização S.A. (0,008 %)
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.		Portoestádio, Gestão e Exploração de Equipamentos Desportivos S.A. (0,008%)
		Portoseguro-Sociedade Mediadora de Seguros do Porto Lda. (0,008 %)
	GRUP MEDIAPRO, S.A.U. (7 %)	SubCalidora 1 S.A.R.L. (17 %)*
	Caixa Económica Montepio Geral (0,4%)	
	jp.di - JP Sã Couto, S.A. (0,2 %)	

Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (17-06-2024)
 * Empresa no topo da cadeia de imputação

Sport Lisboa e Benfica / Sport Lisboa e Benfica - Futebol, SAD / Benfica TV, S.A.

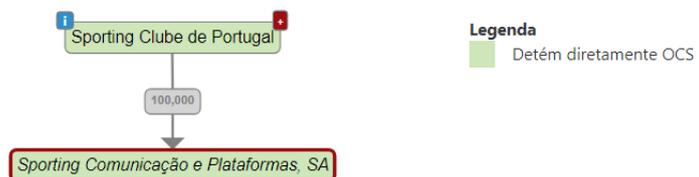
FIG. 18 – ESTRUTURA ACIONISTA DA BENFICA TV, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

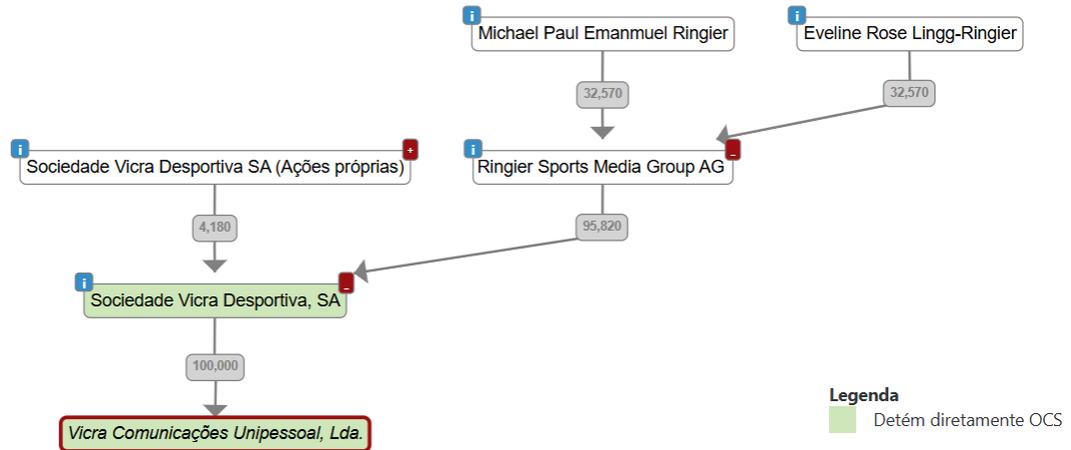
FIG. 19 – ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORTING COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Vícra Comunicações, Lda./Sociedade Vícra Desportiva, S.A.

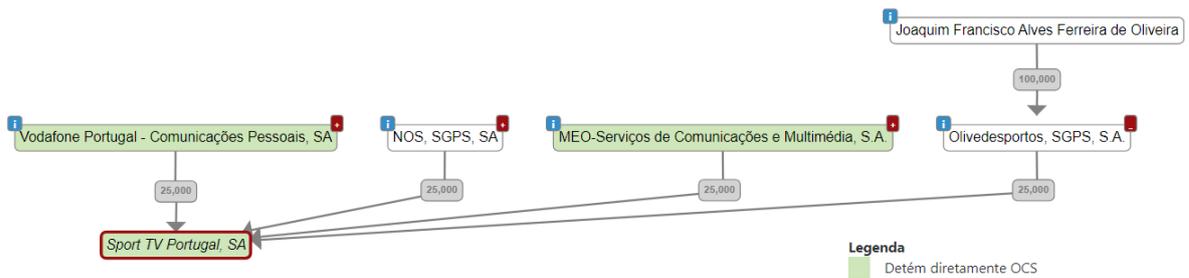
FIG. 20 – ESTRUTURA ACIONISTA DA VICRA COMUNICAÇÕES, LDA.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sport TV Portugal, S.A.

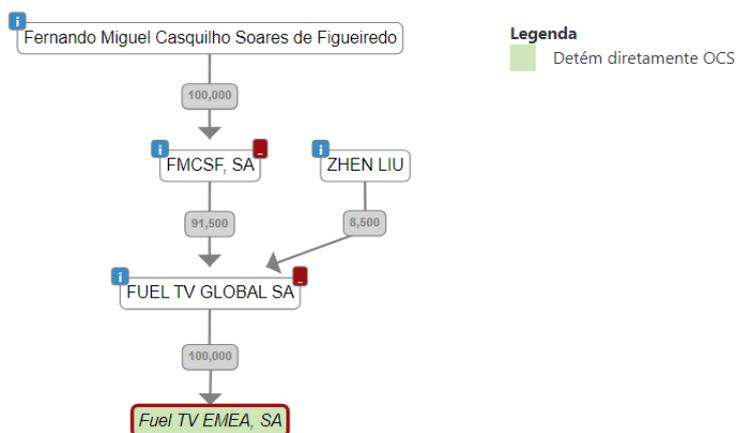
FIG. 21 – ESTRUTURA ACIONISTA DA SPORT TV PORTUGAL, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fuel TV EMEA, S.A.

FIG. 22 – ESTRUTURA ACIONISTA DA FUEL TV EMEA, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Entre os OCS dedicados à temática do desporto, assumem também particular relevância as publicações periódicas dedicadas ao futebol. 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 Média Capital), descrito adiante.

FIG. 23 – PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS DA TEMÁTICA DESPORTO OU DETIDAS POR PROPRIETÁRIOS COM ATIVIDADE NA ÁREA DO DESPORTO¹⁾

Nome da PP	Proprietário	Editor
Cadernos de A Bola	Sociedade Víkra Desportiva, S.A.	Sociedade Víkra Desportiva, S.A.
MaisFutebol	Média Capital - Digital, S.A.	Media Capital Digital, S.A.
Dragões	Futebol Clube do Porto	Futebol Clube do Porto
O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	Global Notícias - Media Group, S.A.
Motor24	Global Notícias-Media Group, S.A.	Global Notícias-Media Group, S.A.
Record	Medialivre, S.A.	Medialivre, S.A.
Desportivo de Guimarães	Guimapress, S.A.	Guimapress, S.A.
Desporto Motor	COM+Comunicação, Lda.	COM+Comunicação, Lda.
E-Auto, O Automóvel no Presente e no Futuro	JC Edições e Publicações, Unipessoal Lda.	JC Edições e Publicações, Unipessoal Lda.
Futebol 365	Argert - Educação, Reabilitação e Tecnologia Unipessoal, Lda.	Manuel António Teixeira de Faria Resendes
Liga-te Em Números	Liga Portuguesa de Futebol Profissional	Orlando Fernandes
AFL Magazine	Associação de Futebol de Lisboa	Maria João Freire
Academia de Futebol	Nuno Miguel Henriques Simões	Nuno Miguel Henriques Simões
Estádio 11	Luís Miguel Bento Pontes	Luís Miguel Bento Pontes
Fair Play	João Carlos de Oliveira Bastos	Francisco Isaac
Futebol Português Online	Rui Manuel da Silva Cardoso	Rui Manuel da Silva Cardoso
Jogada do Mês	Jorge Manuel Martins Caseiro	Jorge Manuel Martins Caseiro
Bola na Rede	Mário Alexandre Cagica Pinto Pontes de Oliveira	Vítor Miguel Gonçalves

Fonte: ERC – Portal da Transparência



5. Estruturas complexas

Nas páginas seguintes, é apresentada a estrutura de alguns dos principais grupos de *media* nacionais. Os diagramas foram construídos exclusivamente a partir da informação comunicada pelas “empresas-base” na Plataforma da Transparência.

Esses grupos são importantes no panorama da comunicação social em Portugal e operam em mercados globais, internacionalizados, com uma lógica de integração vertical e uma forte presença tecnológica.

Escolheram-se algumas entidades para representar segmentos da comunicação social como multimédia TV/imprensa, multimédia rádio/imprensa, televisão, rádio, internet e distribuição de STVS.

Medialivre S.A. (anterior Cofina Media S.A.)

A Medialivre tem sede em Lisboa e desenvolve a sua atividade principal no âmbito de atividades de imprensa e televisão. A empresa foi fundada em 1995 e, mais recentemente, em 2023 foi adquirida por um Management Buyout e outros investidores, como Cristiano Ronaldo.

FIG. 24 – OCS DO GRUPO MEDIALIVRE

Designação	Tipo	Distrito
Aquela Máquina	Online	Lisboa
Correio da Manhã	Imprensa	Lisboa
Destak	Imprensa	Lisboa
Flash	Online	Lisboa
Máxima	Online	Lisboa
Medialivre, S.A. (CM TV)	Televisão	Lisboa
Negócios	Imprensa	Lisboa
Record	Imprensa	Lisboa
Sábado	Imprensa	Lisboa
TvGuia	Imprensa	Lisboa

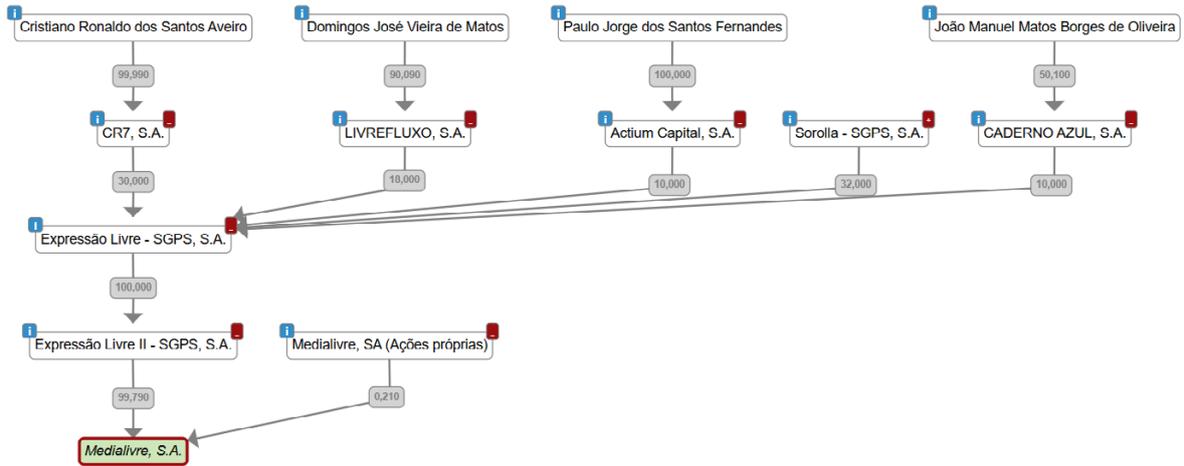
Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-06-2024)

FIG. 24 – OCS DO GRUPO MEDIALIVRE

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Cristiano Ronaldo dos Santos Aveiro	29,934 %
Domingos José Vieira de Matos	16,182 %
Paulo Jorge dos Santos Fernandes	9,979 %
Luís Manuel Castilho Godinho Santana	9,261 %
Octávio Manuel Martins Ribeiro	5,748 %
Ana Isabel dos Santos Dias Garcia da Fonseca	5,478 %
TvGuia	Imprensa

Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (17-06-2024)

FIG. 26 – CADEIA DE IMPUTAÇÃO –MEDIALIVRE, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo Medialivre poderá ser consultada no seguinte link:
<https://portaltransparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=6ebb891b-d506-e611-80c8-00505684056e>



IMPRESA

A Impresa é um dos maiores grupos de comunicação em Portugal, fundado em 1972 por Francisco Pinto Balsemão. A empresa é conhecida pela sua atuação em diversas áreas dos *media*, incluindo televisão, imprensa escrita e digital. Entre as suas marcas mais conhecidas estão a SIC (Sociedade Independente de Comunicação), um dos principais canais de televisão do país, e o jornal Expresso.

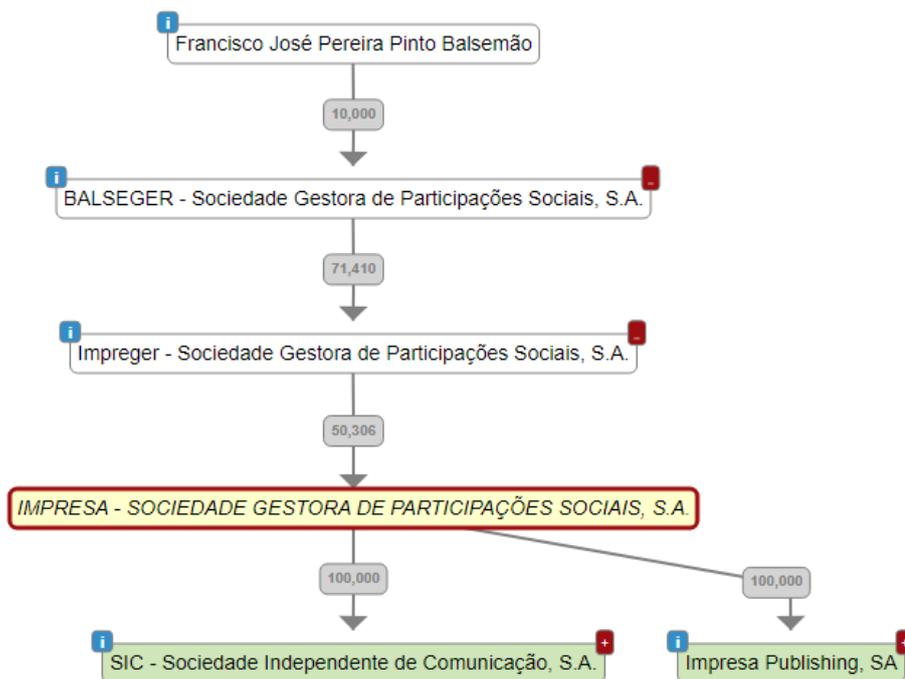
FIG. 27 – OCS DO GRUPO IMPRESA

Nome do OCS / Serviço de Programas	Tipo de OCS	Proprietário
BLITZ	Imprensa	Impresa Publishing, S.A.
Expresso	Imprensa	Impresa Publishing, S.A.
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	Televisão	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	Serviços Audiovisuais a Pedido	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-06-2024)

O único Beneficiário Efetivo do Grupo está indicado na estrutura de capital, descrita na figura 30.

FIG. 28 – BENEFICIÁRIO EFETIVO DO GRUPO IMPRESA



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo Impresa poderá ser consultada no seguinte [link](https://portaltransparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=befa5b75-710c-e611-80c8-00505684056e): <https://portaltransparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=befa5b75-710c-e611-80c8-00505684056e>

GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP

O Global Media Group é um dos maiores grupos de *Media* a atuar em Portugal. Está presente nos setores da imprensa, **rádio e no digital**. Detém marcas de referência como a TSF, títulos centenários como o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias, a marca desportiva O Jogo e o económico Dinheiro Vivo. A estas juntam-se o Delas.pt e o Motor 24, bem como o título de informação de entretenimento N-TV. Na área de revistas, contam-se a Evasões, a Volta ao Mundo, a Notícias Magazine, a Men's Health e a Women's Health.

Do universo do Global Media Group, também fazem parte o Açoriano Oriental (detido pela Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.) e o Diário de Notícias da Madeira (propriedade da Empresa Diário de Notícias, Lda.).

FIG. 29 – OCS DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP, S.A.

Designação	Tipo	Distrito
Delas	Online	Lisboa
Diário de Notícias	Imprensa	Lisboa
Dinheiro Vivo	Online	Lisboa
Jornal de Notícias História	Imprensa	Porto
Jornal de Notícias	Imprensa	Porto
Men's Health	Imprensa	Lisboa
Motor24	Online	Lisboa
O Jogo	Imprensa	Porto
Women's Health	Imprensa	Lisboa
Açoriano Oriental / através da detenção de 90% do capital da Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.	Imprensa	Região Autónoma dos Açores
Diário de Notícias (da Madeira) / através da detenção de 11,11% do capital da propriedade da Empresa Diário de Notícias, Lda.	Imprensa	Região Autónoma da Madeira
Agência Lusa / através da detenção de 11,11% do capital da Lusa - Agência de Notícias de Portugal, S.A.	Agência noticiosa	Lisboa
Rádio Notícias - Produções e Publicidade, S.A.	Rádio	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

A sociedade Global Notícias - Media Group, S.A. detém 90 % do capital da Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A. e 11,11 % do capital da Empresa Diário de Notícias, Lda.

O grupo detém ainda duas participações de relevo no capital social da Agência Lusa, que juntas perfazem uma percentagem de 45,71 %.

Através da Rádio Notícias - Produções e Publicidade, S.A., o grupo Global Notícias - Media Group detém vários operadores de rádio, que transmitem a TSF (Figura 30).

FIG. 30 – OPERADORES DE RÁDIO DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP, S.A. DETIDAS POR RÁDIO NOTÍCIAS - PRODUÇÕES E PUBLICIDADE, S.A.

Nome	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Difusão de Ideias - Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Detém diretamente	100,000	100,000
Notícias 2000 FM - Actividade de Radiodifusão Sonora, Lda.	Detém através de sociedade dominada ou por relação de grupo	50,000	50,000
Pense Positivo - Radiodifusão, Lda.	Detém diretamente	100,000	100,000
Rádio Comercial dos Açores, Lda.	Detém diretamente	100,000	100,000
TSF - Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, CRL	Detém diretamente	99,850	100,000
TSF - Rádio Jornal Lisboa, Lda.	Detém diretamente	100,000	100,000

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

Os Beneficiários Efetivos do grupo Global Media estão identificados no quadro seguinte.

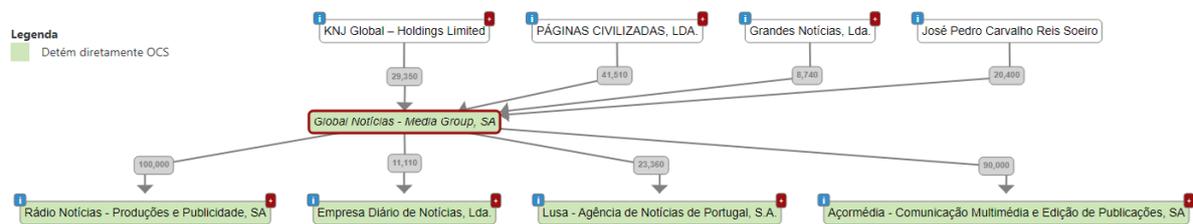
FIG. 31 – BENEFICIÁRIOS EFETIVOS COM PELO MENOS 5% DO CAPITAL DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP, S.A.

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
José Pedro Carvalho Soeiro	20,400 %
Marco Belo Galinha	13,857 %
João Waiwo Siu	13,692 %
Kevin Ling Lun Ho	13,692 %
Desconhecido através de WORLD OPPORTUNITY FUND, LTD.	25,628 %

Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (17-06-2024)

A estrutura de capital do grupo encontra-se descrita na Figura 32.

FIG. 32 – ESTRUTURA DE CAPITAL DO GRUPO GLOBAL NOTÍCIAS - MEDIA GROUP



Fonte: ERC - Plataforma da Transparência (17-6-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo pode ser consultada no seguinte *link*: <https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=63637139-1706-e611-80c8-00505684056e>

Grupo MEDIA CAPITAL

O Grupo Media Capital, mais especificamente, a sociedade Média Capital, SGPS, S.A., é uma sociedade cotada na bolsa de valores NYSE Euronext Lisboa e desenvolve a sua atividade nos segmentos de comunicação e de produção de conteúdos de entretenimento e informação. Na estrutura operacional do Grupo, encontram-se segmentos de negócio como televisão, a produção audiovisual, e digital.

FIG. 33 – OCS DO GRUPO MEDIA CAPITAL SGPS S.A.

Designação	Tipo	Entidade Proprietária	Distrito
Away Magazine	Online	Media Capital Digital, S.A.	Lisboa
MaisFutebol	Online	Media Capital Digital, S.A.	Lisboa
TVI Player	Serviços Audiovisuais a Pedido	Media Capital Digital, S.A.	Lisboa
V Versa Por Outro Lado	Online	Media Capital Digital, S.A.	Lisboa
TVI - Televisão Independente, S.A.	Televisão	TVI - Televisão Independente, S.A.	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

Os Beneficiários Efetivos do grupo Media Capital que detêm participações iguais ou acima de 5 % do capital estão identificados no quadro seguinte:

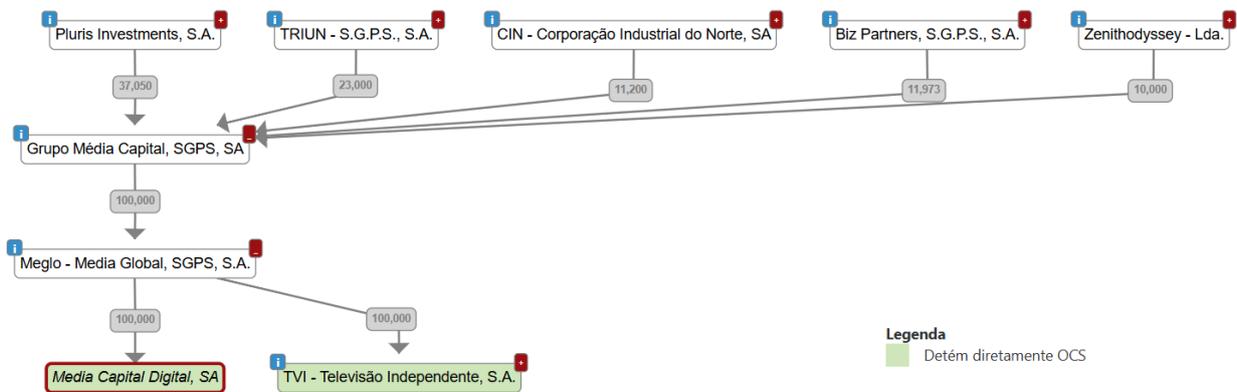
FIG. 34 – BENEFICIÁRIOS EFETIVOS COM PELO MENOS 5 % DO CAPITAL DO GRUPO MEDIA CAPITAL

Nome	Porcentagem de detenção por via direta e indireta
Mário Nuno dos Santos Ferreira	33,344 %
Francisco Miguel da Mota Gaspar	7,67 %
Mariana da Mota Francisco Gaspar	7,67 %
Paulo Alexandre Francisco Gaspar	7,67 %

Fonte: ERC - plataforma da Transparência (17-06-2024)

Apresenta-se de seguida a estrutura de capital do grupo Media Capital e dos principais detentores de participações sociais.

FIG. 35 – ESTRUTURA DE CAPITAL DO GRUPO MEDIA CAPITAL



Fonte: ERC - plataforma da Transparência (17-06-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo pode ser consultada no seguinte *link*: <https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=2ff3712f-3506-e611-80c8-00505684056e>



Bmhaudio Portugal (Grupo Bauer)

O Bauer Media Group é um dos maiores grupos de *media* de propriedade privada do mundo. Foi fundado em Hamburgo em 1875 e na 5.ª geração de propriedade familiar, opera em 14 países, incluindo República Checa, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Israel, Noruega, Polónia, Eslováquia, Espanha, Suécia, Reino Unido, Irlanda, EUA e Portugal. A Bauer Media Audio Portugal tem, no seu portfólio, cinco marcas de entretenimento, Rádio Comercial, M80, Cidade FM, Smooth FM e Batida FM, numa operação de rádio com uma componente digital de grande dimensão adquiridas ao grupo Media Capital.

FIG. 36 – OCS DO GRUPO BMHAUDIO

Designação	Tipo	Distrito
BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPESSOAL LDA. & Comandita	Rádio	Lisboa
Cidade HipHop	Online	Lisboa
Cidade Latina	Online	Lisboa
M80 60's	Online	Lisboa
M80 70's	Online	Lisboa
M80 80's	Online	Lisboa
M80 90's	Online	Lisboa
M80 Ballads	Online	Lisboa
M80 Brasil	Online	Lisboa
M80 Dance	Online	Lisboa
M80 Disco	Online	Lisboa
M80 Indie	Online	Lisboa
M80 Pop	Online	Lisboa
M80 Portugal	Online	Lisboa
M80 Rock	Online	Lisboa
M80 Soul	Online	Lisboa
Rádio Comercial 2000's	Online	Lisboa
Rádio Comercial 90's	Online	Lisboa
Rádio Comercial Brasil	Online	Lisboa
Rádio Comercial By Night	Online	Lisboa
Rádio Comercial Dance	Online	Lisboa
Rádio Comercial KIDS	Online	Lisboa
Rádio Comercial Made in Portugal	Online	Lisboa
Rádio Comercial One Hit Wonders	Online	Lisboa
Rádio Comercial Rádio Rock	Online	Lisboa
Smooth Blues	Online	Lisboa
Smooth Bossa Nova	Online	Lisboa
Smooth Cool	Online	Lisboa
Smooth Jazz	Online	Lisboa
Smooth Soul	Online	Lisboa
Smooth Vocal Jazz	Online	Lisboa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

Os Beneficiários Efetivos do Grupo Bauer são representados na Figura 39. Apresentam-se os diretos de voto por serem diferentes das percentagens de participação financeira.

FIG. 37 – BENEFICIÁRIOS EFETIVOS COM PELO MENOS 5 % DO CAPITAL DO GRUPO BMHAUDIO

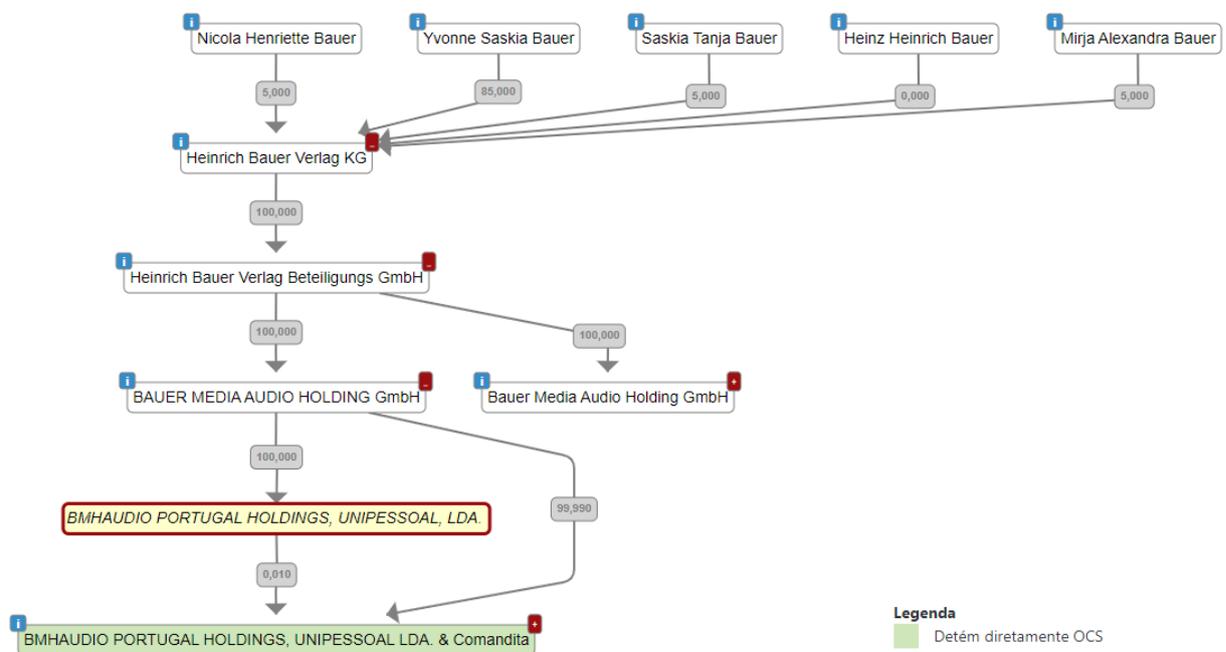
Nome	Porcentagem de detenção por via direta e indireta	Direitos de voto por via direta e indireta
Heinz Heinrich Bauer	0,000	49,000
Mirja Alexandra Bauer	5,000	2,550
Nicola Henriette Bauer	5,000	2,550
Saskia Tanja Bauer	5,000	2,550
Yvonne Saskia Bauer	85,000	43,350

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024).

Os dois gerentes da [BMHAudio Portugal Holdings, Unipessoal Lda. & Comandita](#) são Salvador Teotónio Pereira Bourbon Ribeiro que, após a aquisição da Media Capital Rádios pelo grupo Bauer, em junho de 2022, assumiu as funções de CEO desta entidade e Catharina Stuntz que, entre agosto de 2021 e novembro de 2022, trabalhou em várias funções no negócio editorial do Bauer Media Group, em Hamburgo. Desde dezembro de 2022, é a CFO e COO da empresa¹².

Apresenta-se, de seguida, a estrutura do capital social da filial portuguesa do Grupo Bauer.

FIG. 35 – ESTRUTURA DE CAPITAL DO GRUPO MEDIA CAPITAL



Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo pode ser consultada no seguinte [link](https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=1474ff22-730c-e611-80c8-00505684056e): <https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=1474ff22-730c-e611-80c8-00505684056e>

12 Relatório Anual de Governo Societário da BMHAUDIO PORTUGAL HOLDINGS, UNIPESSOAL LDA. & Comandita de 2023

OBSERVADOR

A sociedade Observador On Time, S.A. desenvolve atividades relacionadas com a criação e exploração de meios de comunicação social, independentemente do suporte e forma de difusão, bem como a criação, produção, agregação, gestão, distribuição e publicação de conteúdos e ainda o agenciamento e representação de produtores de conteúdos. Está presente na rádio e imprensa *online*.

A Observador On Time detém diretamente a publicação periódica *online* Observador. Para além desta, detém indiretamente os seguintes OCS.

FIG. 39 – OCS DO GRUPO OBSERVADOR

Nome do OCS / Serviço de Programas	Nome do Proprietário	Tipo de Detenção	Percentagem de Detenção	Direitos de Voto
Observador Lifestyle	Cinco Um Zero, Lda.	Detém diretamente	50,000	50,000
Observador Aniversário				
Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda./ Rádio Observador	Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Detém diretamente	51,000	51,000

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-06-2024)

Os beneficiários Efetivos do Grupo estão indicados na estrutura de capital, descrita na figura 40.

FIG. 40 – BENEFICIÁRIOS EFETIVOS COM PELO MENOS 5 % DO CAPITAL DO GRUPO OBSERVADOR

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Luís Manuel Pais do Amaral	54,570
António Carrapatoso	7,830
Alexandre Relvas	5,227

Fonte: ERC - Portal da Transparência (15-05-2024)

Para além dos proprietários finais de, pelo menos, 5 % do capital da Observador Ontime, a empresa conta na sua estrutura acionista com mais de 20 pessoas individuais, pelo que não se irá apresentar o organigrama desta entidade.

A estrutura de propriedade detalhada do grupo pode ser consultada no seguinte *link*: <https://portaltransparencia.erc.pt/entidades-ocs/observador-ontime-sa/?IdEntidade=5b32ce3e-1255-e-711-80e0-00505684056e&nrRegisto=126302&geral=estru>

NOS

A empresa NOS, SGPS, S.A., empresa já foi conhecida no passado como PT Multimedia, ZON Multimédia, e como ZON OPTIMUS, SGPS, S.A., tem sede em Lisboa e desenvolve a sua atividade principal no âmbito de sociedade gestora de participações sociais não financeiras. Gere as participações sociais do grupo e detém diretamente 4 empresas onde constam operadores de televisão e serviço de distribuição de televisão por subscrição (STVS).

Os OCS propriedade direta da *holding* do grupo estão descritos na figura seguinte:

FIG. 41 – OCS DO GRUPO NOS

Empresa proprietária do OCS	Designação do OCS	Serviços de Programas	Tipo
NOS, SGPS, S.A. / NOS Audio – Sales and Distribution, S.A.	NOS Audio – Sales and Distribution, S.A.	TV CINE TOP	Televisão
		TV CINE EDITION	
		TV CINE EMOTION	
		TV CINE ACTION	
		CANAL NOS	
		NOS Studios	
		TV CINE POWER	
NOS, SGPS, S.A. / NOS Comunicações, S.A.	NOS Comunicações, S.A.	TV CINE TOP	Televisão
		TV CINE EDITION	
		TV CINE EMOTION	
		TV CINE ACTION	
		CANAL NOS	
		NOS Studios	
NOS, SGPS, S.A. / Sport TV Portugal, S.A.	Sport TV Portugal, S.A.	SPORT TV 1	Televisão
		SPORT TV 2	
		SPORT TV 3	
		SPORT TV 4	
		SPORT TV 5	
		SPORT TV ÁFRICA	
		SPORT TV +	
		SPORT TV 6	
NOS, SGPS, S.A. / Upstar Comunicações, S.A.	Upstar Comunicações, S.A.	ZAP VIVA	Televisão
		ZAP VIVA Internacional	
		ZAP NOVELAS	
NOS Lusomundo Audiovisuais / Dreamia Holding BV / Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Dreamia - Serviço de Televisão, S.A.	Canal Panda	Televisão
		Canal Blast	
		Canal Hollywood	
		Canal Panda Kids	
		Casa e Cozinha	
		PANDA +	
		Canal Biggs	
DREAMIA - SERVIÇOS DE TELEVISÃO S.A.	DREAMIA - SERVIÇOS DE TELEVISÃO S.A.	Serviço Audiovisual a Pedido	
SONAECON, SGPS, S.A. / Público - Comunicação Social, S.A.	Público	n/a	Imprensa

Fonte: ERC - Portal da Transparência (17-6-2024)

Na figura 44, apresentam-se os Beneficiários Efetivos do Grupo NOS. Apesar de não se atingir a fasquia dos 5 %, apresentam-se os representantes da Família Azevedo, que no seu todo detêm, através da Efanor Investimentos, S.G.P.S., S.A., 17,425 % do capital da NOS.

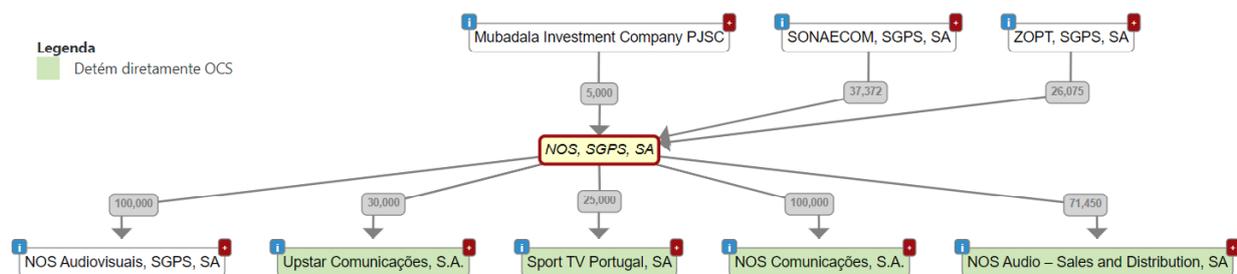
FIG. 42 – BENEFICIÁRIOS EFETIVOS COM PELO MENOS 5 % DO CAPITAL DO GRUPO NOS SGPS S.A.

Nome	Percentagem de detenção por via direta e indireta
Isabel José dos Santos	25,985 %
Nuno Miguel Teixeira de Azevedo	4,375 %
Duarte Paulo Teixeira de Azevedo	4,375 %
Maria Cláudia Teixeira de Azevedo	4,375 %
Fundo soberano do governo de Abu Dhabi	5,000 %

Fonte: ERC – Plataforma da Transparência (17-6-2024)

Como a estrutura de capital do grupo NOS é complexa, apresentam-se, na figura seguinte, a estrutura de capital da sociedade gestora de participações sociais NOS SGPS, S.A. simplificada em detrimento das detentoras diretas de órgãos de comunicação social.

FIG. 43 – ESTRUTURA DE PROPRIEDADE DA NOS SGPS S.A.



Fonte: ERC – Portal da Transparência (17-6-2024)

A estrutura de propriedade detalhada do grupo pode ser consultada no seguinte [link](https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=8e912836-4b1b-e611-80c8-00505684056e): <https://portal-transparencia.erc.pt/organigrama/?IdEntidade=8e912836-4b1b-e611-80c8-00505684056e>



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 2023 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 à complementaridade entre os três serviços disponibilizados, dando-se margem para a liberdade de programação por parte da concessionária.

Face a uma hegemonia geral da categoria *música*, há a destacar, como elemento diferenciador, a segunda categoria de conteúdos mais presente em cada uma das Antenas. Na Antena 1, a segunda posição é ocupada pela *informação*; na Antena 2 pela *cultura/conhecimento* e, na Antena 3, pelo *entretenimento*.

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.º - Ações a Desenvolver em Matéria de Programação: <http://www.erc.pt/download/YToyOnt-zOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OjltZWRpYS9maWN0ZWlyb3Mvb2JqZWNoY19vZmZsaW5lLzE4MC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjUwOjIjY250cmF0by1kZS1jb25jZXNzYW8tZG8tc2Vydml-jby1wdWJsaWNvLWRILXJhZGlvLSI7fQ==/contrato-de-concessao-do-servico-publico-de-radio->

2. METODOLOGIA

A análise incide sobre o *universo* de programas emitidos em 2023 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 32 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 2023.

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 contendor”. Assim, a opção pela duração pretende aproximar os resultados desta análise à realidade, através da perceção da percentagem relativa de tempo de exposição dos ouvintes a tipos de programas e duração das funções por estes prosseguidas.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no anexo que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – Aspetos Metodológicos).



3. PLURALISMO E DIVERSIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO-DIFUSÃO SONORA

A. Dados Globais

Em 2023, o conjunto da emissão de rádio de serviço público resultou em aproximadamente 24 653 horas de programação, cabendo à Antena 2 a maior proporção e à Antena 1 a menor.

FIG. 1 - DURAÇÃO TOTAL DA PROGRAMAÇÃO DE CADA SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)

Serviço de programas	Duração(hh:mm:ss)
Antena 1	7980:43:24
Antena 2	8469:44:04
Antena 3	8202:34:12
Total	24653:01:40

Salienta-se que existem conteúdos emitidos não contabilizados na análise, entre estes, promoções, separadores, publicidade, frequências e 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

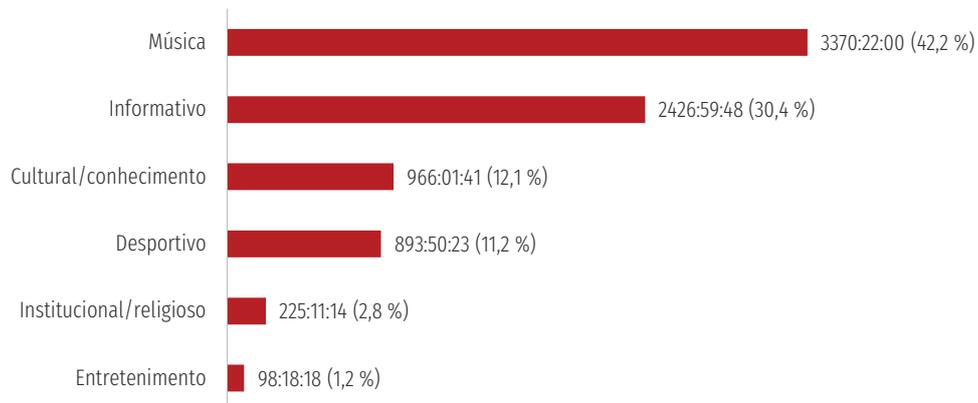
a) Diversidade de *géneros radiofónicos*

Os conteúdos emitidos pela Antena 1, em 2023, cobrem as seis grandes *categorias de programação*: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*, abarcando 27 dos 32 *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 (2023)



N= 7980:43:24 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

A Antena 1 conta com o destaque da categoria *música* (42,2 %) que ultrapassa as 3 mil e 300 horas de emissão. Seguem-se os programas de *informação*, com aproximadamente 2427 horas, representando perto de um terço da duração total da programação do ano (30,4 %). Com um grande distanciamento, situa-se o terceiro grande gênero, *cultural/conhecimento* (12,1 %), seguido dos conteúdos *desportivos* (11,2 %). Os conteúdos *institucionais/religiosos* e *entretenimento* correspondem, no seu conjunto, a 4 % da duração total da programação do ano.

Atentando à presença dos *gêneros* em que se subdividem estas grandes categorias, verifica-se o destaque da *música* e de um dos conteúdos da *informação*, conforme a Figura 3.

FIG. 3 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2023)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1267:31:47	15,9 %
Reportagem	86:37:01	1,1 %
Debate/Entrevista	304:53:30	3,8 %
Comentário	95:45:25	1,2 %
Edição especial	101:25:45	1,3 %
Magazine informativo	276:40:42	3,5 %
Boletim meteorológico	151:22:35	1,9 %
Informação de trânsito	138:17:03	1,7 %
Informação bolsista	4:26:00	0,06 %
Informação desportiva	171:39:34	2,2 %
Transmissão desportiva	661:30:09	8,3 %
Resumo desportivo	3:44:00	0,05 %
Comentário desportivo	56:56:40	0,7 %
Programa de música	1134:51:09	14,2 %
Música de continuidade	2151:56:00	27,0 %
Espetáculo	72:44:31	0,9 %
Convidado musical	10:50:20	0,1 %
Humor	60:17:10	0,8 %
Talk show	37:46:08	0,5 %
Infotainment	0:15:00	0,003 %

FIG. 3 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 1 (2023)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	466:16:49	5,8 %
Ciências e humanidades	337:55:26	4,2 %
Educativo	133:48:34	1,7 %
Comemorações e efemérides	14:56:22	0,19 %
Outro	13:04:30	0,2 %
Institucional	14:58:00	0,2 %
Religioso	210:13:14	2,6 %
Total	7980:43:24	100 %

N= 7980:43:24 (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Mantendo-se a tendência dos anos anteriores, figuram dois *gêneros* da categoria *música* entre os três mais relevantes nas grelhas da Antena 1, que, em conjunto, totalizam 41,2 % do tempo total de emissão. São estes a *música de continuidade* e os *programas de música*, respetivamente na primeira e terceira posição de representatividade.

A *música de continuidade*, como o gênero mais proeminente, representa quase um terço do tempo de emissão (27 %), o que corresponde a sensivelmente 2152 horas. Os *programas de música* representam cerca de 14,2 % das horas de emissão.

Na segunda posição, os *noticiários* (15,9 %) assumem aproximadamente 1267 horas.

Em contraposição, os valores menos expressivos registam-se nas áreas do *entretenimento*, com *infotainment*² (0,003%), da *informação com informação bolsista* (0,06 %) e do *desporto com resumo desportivo* (0,05 %).

Na área da *cultura*, as *comemorações e efemérides* assistiram a um ligeiro acréscimo relativamente a 2022, refletindo a transmissão de aproximadamente 15 horas dedicadas à comemoração dos 30 anos do Centro Cultural de Belém (CCB).

Os *programas de música* abrangem vários *gêneros* musicais, como o fado, o jazz e a *música* tradicional portuguesa, mantendo programas que assumem já alguma regularidade. Entre estes, destacam-se “5 minutos de Jazz”; “Cena do Ódio”; “Alma Lusa” (fado); “Bairro Latino”; “Costa a Costa” e “David Ferreira a Contar”.

No âmbito dos *programas de música*, e a título de edições especiais, a Antena 1 destaca percursos e obras musicais relevantes, como por exemplo, Madonna, Frank Sinatra, Mick Jagger, Robert Plant, Joni Mitchell e Randy Newman.

No contexto de novos *programas de música* assinala-se, cobrindo vários *gêneros* musicais, as “As Regras da Atração”³; “Celeste 100” como tributo à fadista Celeste Rodrigues; “Em Busca das Canções da Liberdade”⁴ indo «ao encontro da *música* que nos países africanos lusófonos acompanhou as vidas que lutaram pela independência»; “Escolha Múltipla”⁵ divulgando diversos estilos musicais; “No Baú do Festival”⁶ sobre «histórias de momentos que passaram pelo percurso do Festival da Canção, revisitando vozes, autores e composições que nasceram no concurso e ganharam um lugar na nossa memória coletiva» e “O Meu Brasil”⁷ como expressão das listas pessoais de vários convidados.

De assinalar, igualmente, a presença de uma nova categoria no *macrogênero música - Convidado Musical* - que veio trazer a estúdio mais de cinquenta artistas para uma breve apresentação do seu trabalho. Pela apresentação deste novo formato, o mesmo foi, no ano presente, individualizado.

2 Foi atribuída esta categorização ao programa juvenil “Diário da Júlia” representante de Portugal no Festival Eurovisão Júnior. <https://www.rtp.pt/play/zigzag/p12469/diario-da-julia>

3 <https://antena1.rtp.pt/programa/as-regras-da-atracao/>

4 <https://antena1.rtp.pt/programa/em-busca-das-cancoes-da-liberdade/>

5 <https://antena1.rtp.pt/programa/escolha-multipla/>

6 <https://www.rtp.pt/play/p11444/e677162/no-bau-do-festival>

7 <https://antena1.rtp.pt/programa/o-meu-brasil/>

No seu conjunto, os referidos programas cobrem vários domínios e épocas musicais.

Os festivais e feiras divulgados pela Antena 1 dão visibilidade a vários pontos do país como o “Santa Casa Alfama”, “Festival Bons Sons”, “Festival Med”, “Festival Músicas do Mundo”; “Festival Fusos”; “II Festival de Fado de Estremoz”; “Festival Artes À Vila”; “XIII Festival Castro Galaico - Nogueiró”; “IKFEM - Festival Transfronteiriço”; “Misty Fest”; “Festa da Ria Formosa”; “Feira de São Bartolomeu”; “Festas de Nossa Senhora da Agonia”; “Eco Festival Azores Burning Summer”; “World Heritage Festival”; e o “Festival RTP da Canção”. Complementarmente, a Antena 1 promoveu diversos especiais musicais.

Surgiram também novos programas pertencentes ao *macrogénero cultural/conhecimento* nas áreas de *artes e media e ciências e humanidades*. A título de exemplo, “A Década de Todos os Filmes”⁸ que «recorda uma ‘avalanche’ cinematográfica, entre a influência dos clássicos e os sinais da modernidade.»; “Antes da Revolução”⁹ que surge num formato, no início do ano, *informativo*, e, a partir de setembro, apresenta retratos pessoais no contexto da revolução dos cravos; “Destacável”¹⁰ «um *magazine* atento ao presente, mas também às memórias, observando tanto Portugal como o mundo, percorrendo caminhos que podem ir do quotidiano à política, à sociedade, à *cultura*.»; “Mesa para Dois”¹¹ em que «cada dia um convidado diferente senta-se à nossa mesa para falar de si, da atualidade, do que faz nas horas livres, da *música* que quer escutar nesse momento e, claro, do que gostaria para o jantar.»; “Na Ponte”¹², cobrindo temas diversificados da atualidade «com destaques, com opiniões, por vezes com convidados, com comentários muito pessoais»; “O Meu Primeiro Natal em Portugal”¹³ dá voz a diversidades sociais e *culturais* num formato de entrevista informal em que convidados, oriundos de outros países, partilham as suas experiências de inclusão em Portugal; “O Pai Natal Veste Verde”¹⁴ que, numa vertente *educativa*, incide sobre alternativas ecológicas, entre outros, para a época natalícia; “Queime! - Vamos Falar de Burnout”¹⁵ aborda o «esgotamento profissional, desde os sinais ao diagnóstico, das possíveis respostas ao regresso à rotina» e “Refeitório”¹⁶ indo «da raiz ao prato, explorando os porquês e as suas amplitudes numa série de conversas que se querem fluidas e leve, porém carregadas de *informação*».

No campo *informativo*, identificam-se novos programas como “7 Margens”¹⁷ dedicado a «entrevistas e debates sobre as religiões, as espiritualidades, a *cultura* e os direitos humanos»; “A Virtude do Meio”¹⁸ num formato de entrevistas e debate acerca de temas da atualidade noticiosa; “A1 Doc”¹⁹ «espaço de *reportagem* e entrevista, partilhando experiências, desafios e inspirações... que moldam o nosso mundo.»; “Antes da Revolução - 1973-1974”²⁰; “Bruxelas.pt”²¹ «a caminho das eleições de 2024, a correspondente da Antena 1 em Bruxelas convoca especialistas para esclarecerem diferentes questões relacionadas com o projeto europeu.»; “De Roma a Lisboa”²² em que «múltiplas personalidades, comentadores ou analistas, respondem a questões dos jornalistas para ajudar a perceber os temas da atualidade.»; “Entre Políticos”²³ «da esquerda à direita, protagonistas políticos debatem a atualidade.»; “Fuso Horário”²⁴ «a cada dia uma voz fala-nos de um lugar diferente escutando a pulsação do que ali está a acontecer.»; “Grandes Esperanças”²⁵ «jovens das mais variadas confissões religiosas, assim como outros, os não-crentes, discutem sobre temas do nosso tempo e do seu universo pessoal.»; “Terra Europa”²⁶, também no contexto das eleições europeias, «traz reportagens exclusivas sobre os temas que preocupam os cidadãos: criação de emprego, alterações climáticas, inovação e energia, segurança, migrações e luta contra a pobreza.» e “Tik Tak”²⁷, sobre questões fraturantes da sociedade atual num formato de entrevista e debate. De referir o programa de natureza *institucional*, em parceria com a Entidade Regula-

8 <https://antena1.rtp.pt/cinema-series/joao-lobes-revisita-a-decada-de-todos-os-filmes/>

9 <https://antena1.rtp.pt/politica-sociedade/retratos-de-um-pais-a-beira-da-revolucao/>

10 <https://antena1.rtp.pt/programa/destacavel/>

11 <https://antena1.rtp.pt/programa/para-dois/>

12 <https://antena1.rtp.pt/programa/na-ponte/>

13 <https://antena1.rtp.pt/programa/o-meu-primeiro-natal-em-portugal/>

14 <https://antena1.rtp.pt/programa/o-pai-natal-veste-verde/>

15 <https://antena1.rtp.pt/programas-antena-1/antena-1-estreia-podcast-sobre-burnout/>

16 <https://antena1.rtp.pt/programa/refeitório/>

17 <https://antena1.rtp.pt/programa/7-margens/>

18 <https://antena1.rtp.pt/programa/a-virtude-do-meio/>

19 <https://antena1.rtp.pt/programa/a1-doc/>

20 <https://antena1.rtp.pt/programa/antes-da-revolucao-1973-1974/>

21 <https://antena1.rtp.pt/podcast/bruxelas-pt/>

22 <https://www.rtp.pt/play/p1467/e706945/entrevista-tarde-antena-1>

23 <https://antena1.rtp.pt/programa/entre-politicos/>

24 <https://www.rtp.pt/play/p12249/e744881/fuso-horario>

25 <https://antena1.rtp.pt/programa/grandes-esperancas/>

26 <https://antena1.rtp.pt/programa/terra-europa/>

27 <https://antena1.rtp.pt/programa/tik-tak/>

dora dos Serviços Energéticos (ERSE), que num registo micro, com a duração de 2 minutos, se destina a esclarecer os ouvintes haver desta matéria.

Na área do *entretenimento*, o “Tal Canal 40”²⁸ recorda, em conjunto com o humorista Herman José, este programa de *humor*.

No domínio *desportivo*, destacou-se a transmissão de jogos de diversas competições de futebol, incluindo feminino, o *rally* de Portugal e a Volta a Portugal em Bicicleta. Este domínio conta como novos programas como “A Vez Delas”²⁹ dedicado ao Campeonato Mundial de Futebol feminino; “Jogo de Vozes”³⁰ «dedicado à paixão do relato. As memórias dos nossos narradores e repórteres.» e o “Último Terço”³¹, analisando as realidades competitivas e os últimos resultados alcançados por várias equipas de futebol.

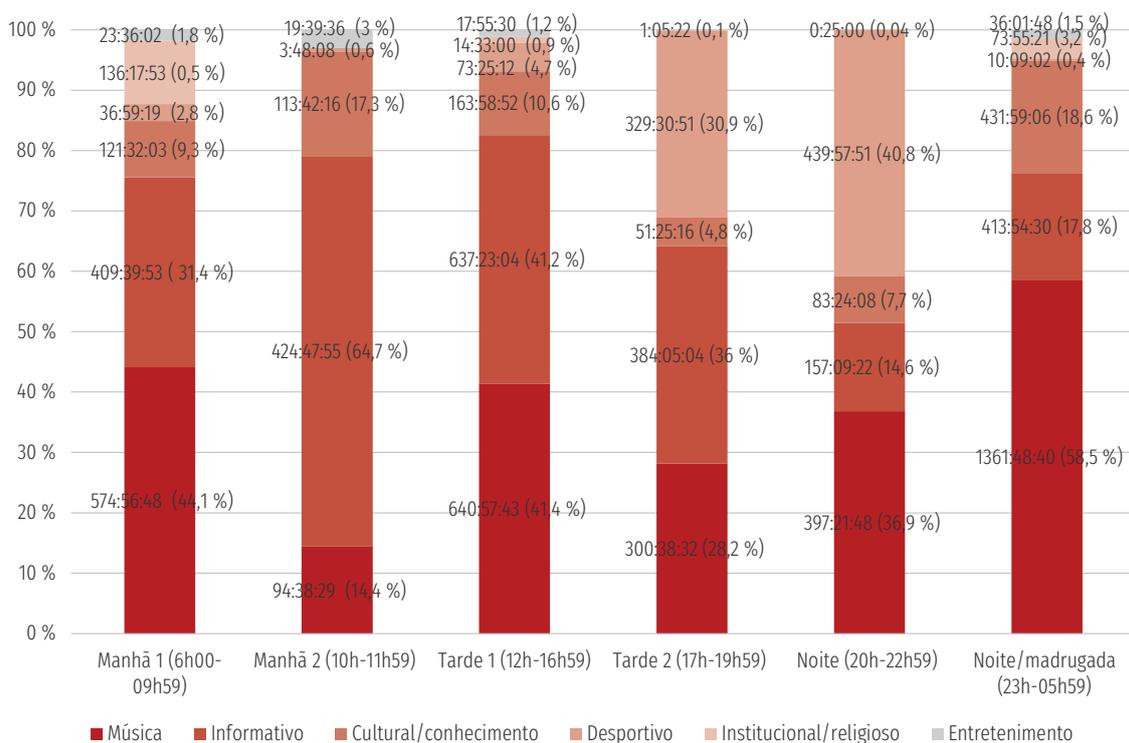
No seu conjunto, os vários programas cobrem vários domínios de diversidade tais como política, *religiosa*, cultural, entre outros.

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 manhã* (10h-11h59) e da *tarde* (17h-19h59) não registam conteúdos de natureza *institucional/religioso* e o *período da noite* (20h-22h59) não regista conteúdos de *entretenimento*.

FIG. 4 - DURAÇÃO DE MACROGÉNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2023)



N= 1303h01m58s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 656h36m24s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1548h13m21s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1066h45m05s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1078h18m09s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2327h48m27s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

28 <https://antena1.rtp.pt/programas-antena-1/o-tal-canal-40-anos-com-imensa-paprika/>

29 <https://antena1.rtp.pt/programa/a-vez-delas/>

30 <https://antena1.rtp.pt/programas-antena-1/as-vozes-que-trazem-os-golos-a-radio/>

31 <https://antena1.rtp.pt/programa/ultimo-terco/>

A *música* é a categoria mais proeminente em três 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, 64,7 % e 39,9 % e a *música* 14,4 % e 28,2 % dos conteúdos emitidos. No primeiro bloco da tarde (12h-16h59), os valores de ambas as categorias apresentam-se equivalentes (41 %).

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*.

No bloco horário da *noite/madrugada* seguem-se à *música* (58,5 %), os conteúdos *culturais* e *informativos* (respetivamente, 18,6 % e 17,8 %). É neste horário, e no *segundo período da manhã*, que a *cultura/conhecimento* se assume como o segundo conteúdo mais presente (17,3 %).

O bloco horário da *noite* é aquele em que o *desporto* assume o seu maior peso com as transmissões das competições (40,8 %), que abarcam, em alguns casos, também o *período da tarde*. Neste período horário, é a categoria que mais se destaca.

Tomando em consideração a decomposição destas grandes categorias (Cf. Anexo III - Figuras), a *música de continuidade* destaca-se como o conteúdo com maior percentagem de duração em dois 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* (31,1 %), aos quais se segue a *música de continuidade* (25,6 %).

No *segundo período da manhã*, o maior peso da *informação* reflete-se na categoria mais representada dos *noticiários* (33,7 %) e na segunda posição assumida pelo *debate/entrevista* (17,7 %). A *música de continuidade* está no terceiro conteúdo mais presente (11,8 %).

No bloco da *noite*, como mencionado, assumem o maior peso as *transmissões desportivas* (40,8 %), sendo a categoria da *música* representada pela *música de continuidade* (31,8 %), seguem-se os *noticiários* (8,6 %). Verifica-se que a Antena 1 dedica este bloco também à transmissão de concertos (*espetáculos*) (1,6 %), também presentes no período horário posterior (1,9 %).

O período com maior diversidade em termos de *géneros* é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 22. Em relação à totalidade dos 27 em 32 *géneros* representados, verifica-se a ausência do *comentário desportivo* no *desporto*; do *talk show*, no *entretenimento*; de *comemorações e efemérides* e *outro*, na *cultura/conhecimento*, e os conteúdos de natureza *religiosa*. À referida *música de continuidade* (34 %) seguem-se os *noticiários* e o *magazine informativo*, com um total conjunto representativo de aproximadamente um quarto da duração do período (27 %). Pertence a *infotainment* e *convidado musical* (ambos 0,01 %) os conteúdos com a menor relevância neste bloco horário.

Para o *primeiro período da manhã*, com 20 *géneros*, mantém-se a tendência de supremacia da *música de continuidade* (31,9 %), seguida dos *noticiários* (19,9 %) e, em terceiro, *programa de música* (11,5 %). É neste período que os conteúdos de natureza *religiosa* assumem mais peso (10,5 %).

O segundo intervalo da manhã, também com 20 *géneros*, dá destaque aos *noticiários* (33,7 %) e *debate/entrevista* (17,7 %), seguidos de *música de continuidade* (11,8 %). O conteúdo *resumo desportivo* apresenta o tempo de emissão mais baixo (0,02 %). Neste período horário, a totalidade das categorias do domínio *música* marca presença, assim como no bloco seguinte.

Durante a *Tarde 2* (17h-19h59), registam-se 18 *géneros* dos 32 totais. Assume prevalência a *transmissão desportiva* (20 %), seguindo-se a *música de continuidade* e *noticiários* (ambos 18 %). Os conteúdos *resumo desportivo* e *humor* registam o valor mais baixo de tempo de emissão, ambos com 0,1 % da duração. Neste período horário, a totalidade das categorias do domínio *desporto* marca presença.

O *intervalo da noite* (20h-22h59m) regista a menor diversidade de conteúdos, com 16 *géneros*. O conteúdo mais representado é a *transmissão desportiva* (40,8 %), seguindo-se a *música de continuidade* (31,8 %) e, a larga distância, o *noticiário* (8,6 %). O *resumo desportivo* assume o valor mais baixo deste bloco horário (0,002 %).

O intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) regista 20 *géneros*. Os *programas de música* assumem a primeira posição (31,1 %), segue-se a *música de continuidade* (25,6 %) e, na terceira posição, o *noticiário* (11,8 %). A presença mais baixa regista-se com a *informação de trânsito* (0,01 %). Neste período horário, a totalidade das categorias do domínio *cultural/conhecimento* marca presença.

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 (2023)



N= 7980:43:24 (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, 50,7 % e 44,4 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, representam 95 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam 31,3 % do tempo total da *função*. Este *género* distancia-se claramente de todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aqueles que apresenta a segunda duração mais longa são os *programas de música* (15 %) e de *artes e média* (10,7 %).

Cabe referir que os conteúdos transmitidos preenchem várias funções e se toma como referência a 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, o seu percurso e a emissão das suas obras. Tal como em *artes e média* se combina à função informativa um peso de formação.

A *função entreter* é preenchida, em grande parte, por conteúdos musicais (77,6 %), incluindo *música de continuidade* (60,7 %), em destaque, e *programas de música* (14,5 %). Inclui também, em segunda posição, as *transmissões desportivas* (18,7 %).

As duas funções menos presentes, *formar* e *promover/divulgar*, apresentam valores que não ultrapassam os 2,5 % (respetivamente, 2,5 % e 2,4 %).

Formar é uma *função* cumprida essencialmente por dois *géneros* de programas: *educativos* (65,8 %) e *ciências e humanidades* (19,2 %).

Como exemplo de programas de *humanidades*, encontra-se o “À Volta dos Livros”, sobre literatura, e “Cidade Invisível”³², 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”; “Na Ponta da Língua”, entre um conjunto de outros programas.

Aproximadamente nove em cada nove horas da *função promover/divulgar* é preenchida por programas *religiosos* (93 %), designadamente a “A Fé dos Homens” e a “Eucaristia Dominical”, ficando o remanescente da função a cargo dos conteúdos de natureza *institucional* (7 %), que inclui os direitos de antena, bem como o programa “Em Nome do Ouvinte”. Este registou presença ao longo de todo o ano compreendendo um total aproximado de 13 horas de emissão.

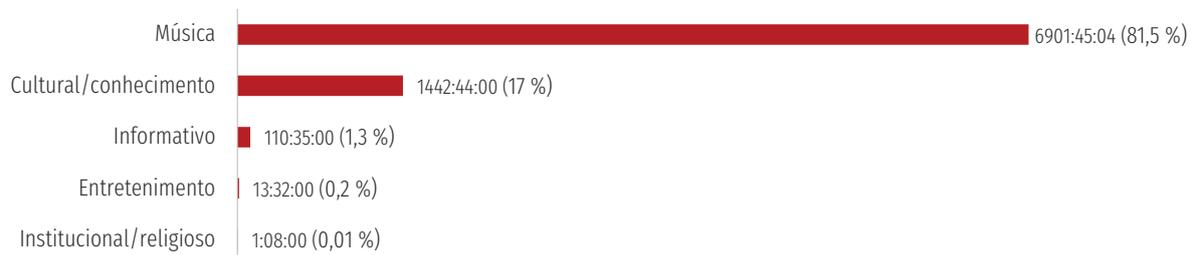
C. Programação da Antena 2

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 menor diversidade de géneros presentes nas suas grelhas.

FIG. 6 - DURAÇÃO DE MACROGÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2023)



N= 8469:44:04 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

A programação da Antena 2 é, então, largamente dominada pelos conteúdos de *música*. Mais de oito em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (81,5 %), representando uma soma anual de mais de 6900 horas de emissão.

A categoria que reúne a segunda maior porção de tempo de programação, *cultural/conhecimento*, representa 17 % do tempo total, que corresponde a pouco mais de 1440 horas.

Com uma presença bastante inferior, e a registar um ligeiro acréscimo face aos dois anos anteriores, os programas *informativos* totalizam 1,3 % da duração total emitida pela Antena 2.

No que toca ao *entretenimento* (0,2 %), categoria quase sempre ausente deste serviço de programas, a sua presença fica a dever-se, essencialmente, a sete edições, acompanhadas do mesmo número de repetições, de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios”.

Os conteúdos de natureza *institucional* incluem, exclusivamente, o programa “Em nome do Ouvinte” que divulga e promove várias informações e iniciativas do contexto radiofónico partindo de temas apurados a partir das reclamações apresentadas pelos ouvintes.

FIG. 7 - DURAÇÃO DE GÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2023)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	110:00:00	1,3 %
Reportagem	0:35:00	0,01 %
Programa de música	3797:04:00	44,8 %
Música de continuidade	1934:55:04	22,8 %
Espetáculo	1169:46:00	13,8 %
Outro entretenimento	13:32:00	0,2 %
Artes e <i>media</i>	1099:27:00	13 %
Ciências e humanidades	225:15:00	2,7 %

FIG. 7 - DURAÇÃO DE GÊNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2023)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Comemorações e efemérides	9:18:00	0,1 %
Educativo	108:44:00	1,3 %
Institucional	01:08:00	0,01 %
Total	8469:44:04	100 %

N= 8469:44:04 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2023, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 11 *gêneros* dos 32 previstos na grelha de análise, mantendo o valor do ano anterior. Tal prende-se com a introdução, em 2022, embora com valores muito residuais, do género *reportagem*.

Regista-se um aumento da presença dos *programas de música* (44,8 %) relativamente aos dois anos precedentes (33,4 %, em 2022, e 33,7 %, em 2021), mantendo-se o género mais representativo, contabilizando mais de 3797 horas. Segue-se a *música de continuidade* (22,8 %), que se apresenta sobretudo como ligação entre os restantes da emissão.

Em 2023, identificam-se os seguintes novos *programas de música*: “Banda Sonora”³³ vocacionado para visitar o cinema «guiados pelo som que integra a linguagem da sétima arte e que nos leva a conhecer as outras faces de um certo filme»; “Periferias”³⁴ apresentado como «quando a curiosidade académica, a capacidade de pesquisa sistemática e o gosto pela recriação informada de músicos e musicólogos se sintonizam»; “Quem Canta Assim”³⁵, numa rubrica, dedicada às vozes humanas; “Vozes ao Alto”³⁶ constitui um programa da Associação de Canto a Vozes – Fala de Mulheres em que cada episódio «desvenda um património de imensa riqueza que tem sido silenciado ao longo dos tempos, mas que se mantém vivo até ao século XXI: o canto de mulheres, a 2, 3, 4 ou mais vozes, de matriz rural» e “Virtuosas”³⁷, que dá igualmente visibilidade à componente criativa feminina, divulgando «centenas de compositoras desconhecidas ou ignoradas cuja produção contraria a ideia generalizada de uma inferior capacidade ou falta de qualidade no processo».

Os *espetáculos*, na *música*, e *artes e media* (13 %), na *cultura*, inverteram as suas posições em relação a 2022, passando do primeiro a ser o terceiro género mais representado (13,8 %).

No contexto de novos conteúdos no domínio *cultural e conhecimento* há a assinalar, no contexto de *cerimónias e efemérides*, o “Centenário Eugénio de Andrade” e o “Centenário do Nascimento Natália Correia”. Na área *artes e media*, o programa “Fósforos Riscados no Vento”³⁸ constitui uma «nova rubrica semanal com crónicas do escritor Mário Cláudio». Com uma vertente *educativa*, “Isto é filosofia”³⁹ procura mostrar a relevância desta disciplina dando «conta de 10 projetos de investigação nesta área». O programa “Perguntei ao Robot”⁴⁰, cobrindo vários assuntos na área de *ciências e humanidades*, «parte de conteúdos obtidos através do Chat GPT e suscita uma reflexão sobre as implicações da inteligência artificial no mundo da ciência e da filosofia».

Verifica-se que a Antena 2 divulga diversos géneros musicais, como é o caso de “Jazz a 2”, “Raízes”, “Música Contemporânea”, “Música de Invenção e Pesquisa”, “O Canto dos Blues”, “Geografia dos Sons”, entre outros.

33 <https://antena2.rtp.pt/programa/banda-sonora/>

34 <https://antena2.rtp.pt/programa/periferias/>

35 <https://antena2.rtp.pt/programa/quem-canta-assim/>

36 <https://antena2.rtp.pt/programa/vozes-ao-alto-fala-de-mulheres/>

37 <https://antena2.rtp.pt/programa/virtuosas-as-mulheres-na-historia-da-musica/>

38 <https://antena2.rtp.pt/podcast/fosforos-riscados-no-vento/>

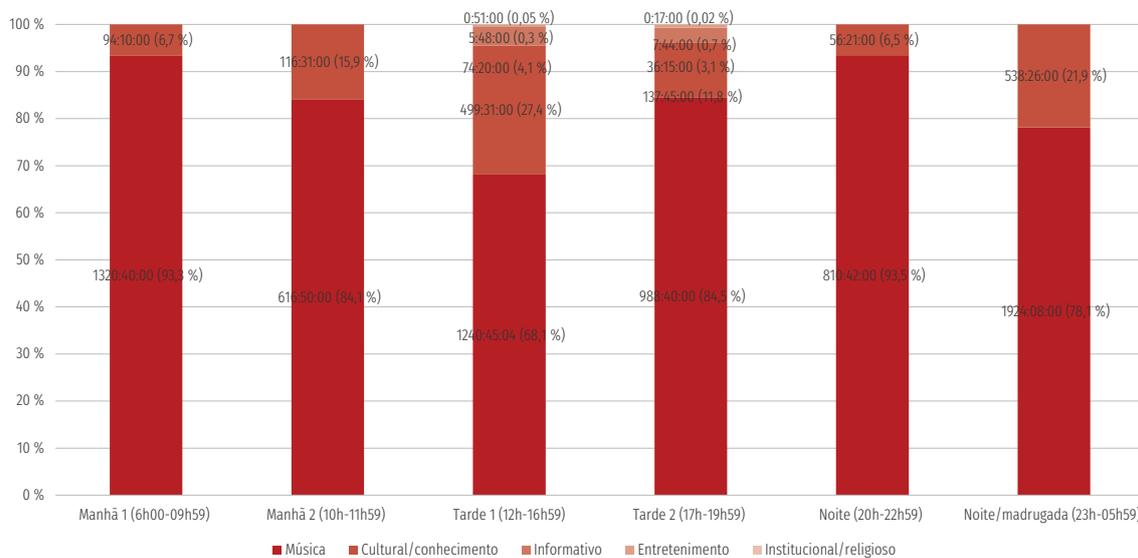
39 <https://antena2.rtp.pt/programa/isto-e-filosofia/>

40 <https://antena2.rtp.pt/programa/perguntei-ao-robot/>

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A Figura 8 ilustra a proporção das grandes categorias de géneros na emissão da Antena 2, ao longo do dia.

FIG. 8 - DURAÇÃO DE MACROGÉNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2023)



N= 1414h50m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 733h21m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1821h15m04s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1170h41m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 867h03m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2462h34m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

A *música* assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo das 20h-22h59 (93,5 %). Por oposição, é no período da *Tarde 1*, entre as 12h e as 16h59, que os conteúdos de *música* têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, 68,1 % da emissão.

É neste período que os programas de *informação* têm maior relevância, com uma presença de 4,1 % da duração total da faixa horária das 12h e as 16h59.

Durante o *primeiro período da tarde* e *noite/madrugada* a *programação cultural* atinge a sua maior expressão, representando, respetivamente, 27,4 % e 21,9 %. A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingida entre as 20h e as 22h59 (6,5 %).

A programação classificada como *entretenimento* tem presença em dois dos seis períodos horários considerados. A sua maior expressão, ainda que residual, é no *segundo período da tarde* (0,7 %).

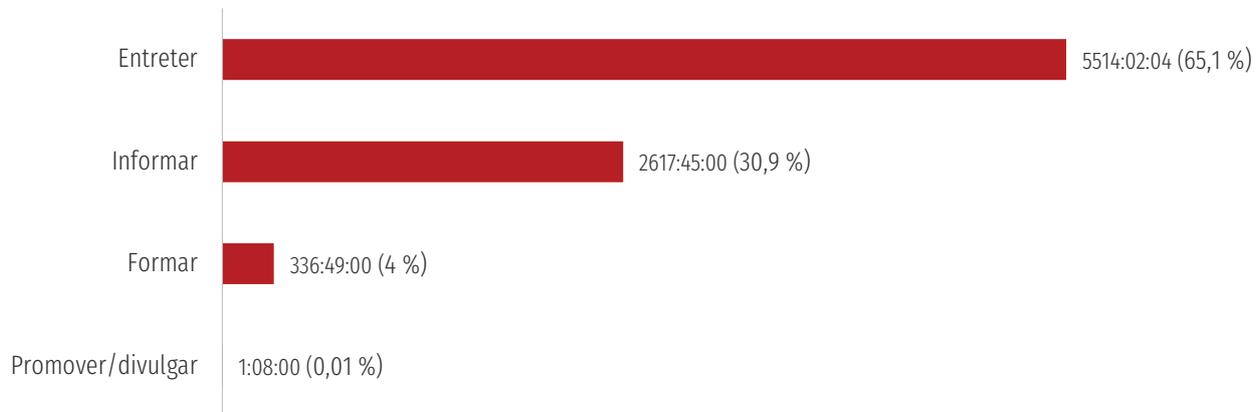
Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da Antena 2 ao longo do dia (Cf. ANEXOS III - Figuras) identifica o domínio da grande categoria *música* em diversos formatos. O *segundo período da manhã* e *primeiro da tarde* mostram uma maior presença a *música de continuidade* com, respetivamente, 57,8 % e 35,6 %. Segue-se, no *segundo período da tarde* e *primeiro da noite*, os *espetáculos* com 48,9 % e 63,5 %. Na *faixa horária madrugada*, continuando para o *primeiro período da manhã*, destacam-se os *programas de música*, gravados e repetição, respetivamente com 77,1 % e 48 %.

Dos *géneros* que integram a grande categoria *cultural/conhecimento*, os conteúdos de *artes e media* destacam-se no *primeiro período da tarde* (17,6 %) e na faixa horária que cobre a *madrugada* (21,9 %), ocupando, aqui, a segunda posição. Os conteúdos de *ciências e humanidades*, partilham a mesma expressão com *artes e media*, no período *Tarde 2* (5,6 %), sendo o conteúdo deste domínio mais presente no *segundo período da manhã* (8,4 %).

C) Funções na programação

A Antena 2 apresenta conteúdos que desempenham as quatro *funções* tipificadas da programação, embora mostre uma clara prevalência da função *entretener* e um valor residual para a função *promover/divulgar*.

FIG. 9 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2023)



N= 8469:44:04 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2023, cerca de 5500 horas de programação da Antena 2 tiveram como propósito *entretener*, o que corresponde a 65,1 % da emissão total deste serviço de programas. A *função informar* esteve presente em cerca de um terço da programação (30,9 %), com mais de 2600 horas emitidas.

A *função formar*, com cerca de 330 horas de programação, tem um peso relativo de 4 % da emissão total da Antena 2. Esta função assistiu a um decréscimo em relação a 2022 (10,7 %).

Promover/divulgar é a função menos significativa da programação da Antena 2, com o valor de 0,01 % que corresponde ao programa “Em nome do ouvinte” que divulga, a partir das queixas recebidas pela provedora, vários projetos e assuntos com relevo no cenário radiofónico.

A *função* que assume acentuada preponderância na programação da Antena 2 – *entretener* – tem nos *programas de música* o maior destaque, com 2395 horas de emissão, que correspondem a 43,4 % da duração desta *função* (Cf. ANEXOS III - Figuras). Seguem-se os *programas de música* (30,6 %) e *espetáculo* (21,2 %). Além dos três géneros da categoria *música*, os programas sem género definido de *entretenimento* (0,2 %) contribuem para a função *entretener* na Antena 2.

Considerando a *função informar*, verifica-se que os *programas de música* se destacam assumindo 53,5 % da duração da *função*. Estes programas abordam a *música* dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

O segundo género mais destacado na vertente informativa – *artes e media* (34,7 %) – compõe-se dos programas “A ronda da noite”⁴¹ e “Caleidoscópio II”⁴². De referir que, apesar de não identificado como de natureza *informativa*, e num formato de *debate/entrevista*, o primeiro destes programas assume essa vertente para o domínio da *música*, literatura e cinema.

Nas grelhas da Antena 2, *formar* é uma *função* cumprida, em grande parte, pelos programas de *artes e media*, consistindo estes em 56,5 % 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 cobrindo mais de um terço (32,3 %) desta função e integrando os programas “Palavras de Bolso” e “Páginas de Português”.

⁴¹ <https://antena2.rtp.pt/programa/a-ronda-da-noite/>

⁴² <https://antena2.rtp.pt/programa/caleidoscopio/>

No que toca às funções desempenhadas, os programas de *artes e media* mostram-se ecléticos: constituem 56,5 % da *função formar* e 34,7 % da *função informar*.

Programa de *música* é um género que também se apresenta variado em termos da função que desempenha, uma vez que representa 53,3 % da *função informar* e 30,6 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter*.

Programação da Antena 3

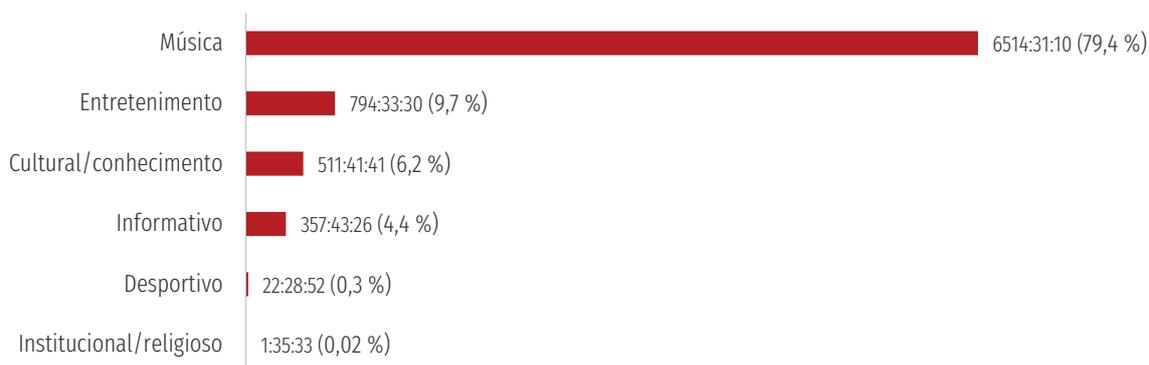
a) Diversidade de géneros radiofónicos

A programação da Antena 3 abrange as seis categorias de géneros de programas – *música, entretenimento, cultural/conhecimento, informativo, desportivo* e *institucionais* ou *religiosos*.

No conjunto da programação da Antena 3, em 2023, verifica-se a presença de 18 *géneros*, num total de 32, significando uma ligeira subida, em relação aos dois anos precedentes, da diversidade do tipo de conteúdos.

Registam-se como ausências, na categoria *informação*, o *comentário, edição especial, magazine informativo, antena aberta, informação bolsista*, e *outros programas informativos*; no *desporto*, o *resumo e comentário desportivos*; no *entretenimento*, *jogo interativo, infotainment* e *outros programas de entretenimento*; no *cultural/conhecimento*, a categoria *outros*, e na categoria *institucional/religioso*, a ausência de conteúdos de natureza *religiosa*.

FIG. 10 - DURAÇÃO DOS MACROGÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2023)



N= 8202h34m12s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Em 2023, a *música* manteve a hegemonia na emissão da Antena 3, representando praticamente oito em cada dez horas de emissão (79,4 %) e perfazendo mais de 6514 horas.

A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com aproximadamente 794 horas de emissão (9,7 %).

Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* assumem o peso de 6,2 % do total da programação, com perto sensivelmente 512 horas, mantendo-se o acréscimo registado relativamente aos dois anos precedentes.

A categoria *informação* é o quarto *macrogénero* da Antena 3 (4,4 %), representando aproximadamente 358 horas anuais de emissão.

Os programas *desportivos* tiveram uma expressão residual (0,3 %), correspondente a cerca de vinte e três horas de emissão no total do ano.

Os programas *institucionais/religiosos* tiveram a menor expressão (0,02 %), correspondendo a menos de duas horas da emissão no total do ano.

Tem-se assistido, nestes três 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 GÊNEROS RADIOFÓNICOS NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2023)

Gênero	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	90:15:00	1,1 %
Reportagem	9:53:42	0,1 %
Debate/entrevista	173:09:54	2,1 %
Boletim meteorológico	33:34:00	0,4 %
Informação de trânsito	50:50:50	0,6 %
Informação desportiva	18:13:52	0,2 %
Transmissão desportiva	4:15:00	0,1 %
Programa de música	2621:32:13	32 %
Música de continuidade	3815:19:59	46,5 %
Espetáculo	71:33:32	0,9 %
Convidado musical	6:05:26	0,1 %
Humor	89:50:49	1,1 %
Talk show	704:39:41	8,6 %
Concurso/jogo	0:03:00	0,0006 %
Artes e <i>media</i>	452:02:05	5,5 %
Ciências e humanidades	56:25:00	0,7 %
Comemorações e efemérides	3:14:36	0,04 %
Institucional	1:35:33	0,02 %
Total	8202:34:12	100 %

N= 8202h34m12s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Na primeira posição está a *música de continuidade*, que corresponde a perto de metade do tempo anual de emissão (46,5 %), com 3816 horas. Seguem-se os *programas de música*, com 2621 horas (32 %). A distância considerável, em terceiro lugar, surgem os programas de *talk show* (8,6 %), dos quais foram emitidas 704 horas.

Os *programas de música* permitem diversificar os conteúdos relativos a diversos géneros musicais. Entre estes, destacaram-se novos programas, como “Audiogésicos da Dra. Ana Correia”⁴³, misturando *humor* e conteúdos musicais; “Elétrico”⁴⁴, com início no final do ano, que reúne dois músicos distintos em registo de concerto e “Hip Hop 50”⁴⁵ «uma viagem por 50 discos que ajudam a contar a história da *cultura* que este ano celebra meio século de existência».

Identificam-se novos programas também no âmbito da *cultura/conhecimento*, designadamente “#NãoPodias”⁴⁶ «um programa/*podcast* em parceria com a Comissão Comemorativa 50 anos 25 de Abril» e “Dias Contados”⁴⁷, explorando «as grandes e as pequenas questões dos nossos dias, contados em histórias feitas para serem ouvidas. Documentários radiofónicos de Domínio Público.»

De natureza informativa, o “Vamos para a Tua Terra”⁴⁸ debruça-se sobre questões de diversidade de «um país, ou uma parte do mundo, vista pelos olhos de quem lhe chama terra.»

43 <https://www.rtp.pt/play/p2010/e731041/audiogesticos-da-dra-ana-correia>

44 https://media.rtp.pt/antena3/ver_tax/electrico/

45 <https://www.rtp.pt/play/p11719/e725703/hip-hop-50>

46 <https://media.rtp.pt/antena3/ver/naopodias-1-episodio-ja-disponivel/>

47 <https://www.rtp.pt/play/p12409/e730458/dias-contados>

48 <https://www.rtp.pt/play/p11358/e702071/vamos-para-a-tua-terra>

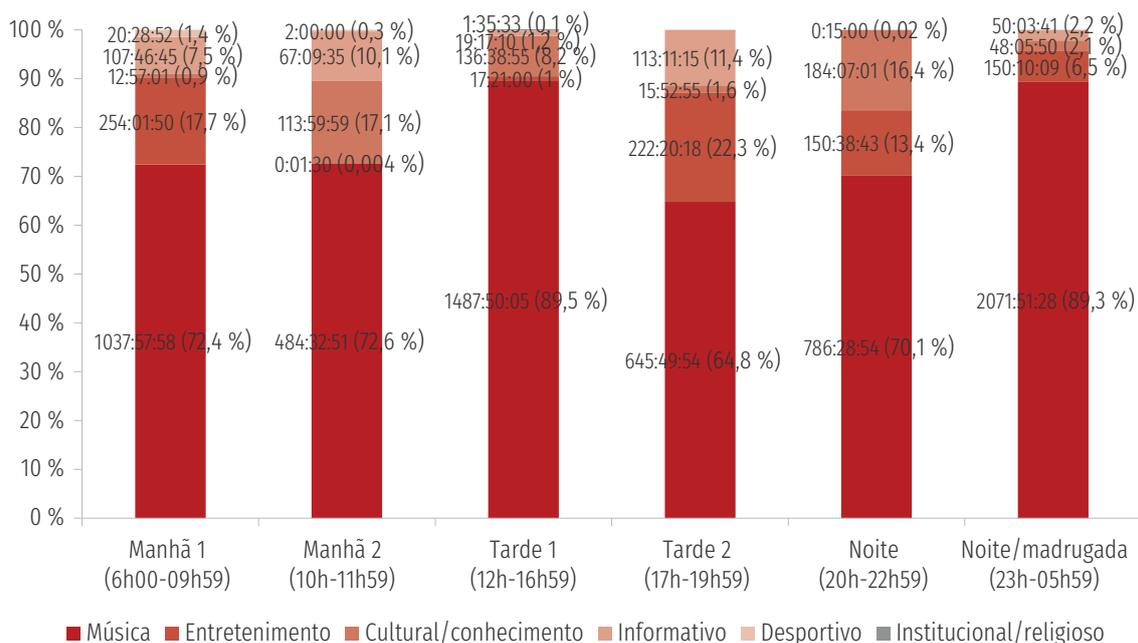
O terceiro *gênero* mais relevante referido - *talk show* - manteve as presenças dos programas “Prova Oral”, “Bons Rapazes” e “Pingue Pongue”. Outros *gêneros* pertencentes, igualmente, ao *macrogênero entretenimento*, continuaram a marcar a sua presença como “Melancômico”, “Aleixo Amigo”, “Melhor que Nada”, “Voz de Cama”, “Vamos Todos Morrer” e “Aleixo FM”.

O *gênero* com menor expressão é *curso/jogo*.

b) Diversidade de gêneros radiofônicos por período horário

A distribuição de *gêneros* 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 MACROGÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2023)



N= 1433h12m26s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 667h43m55s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1662h42m43s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 997h14m22s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1121h29m38s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2320h11m08s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

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 três dos seis intervalos horários, bem como a *cultura*, alternando, assim, esta posição.

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 89,5 % no *primeiro período da tarde* e 89,3 % na *noite/madrugada* (23h-05h59). Em contrapartida, a *música* apresenta menor concentração na segunda parte da tarde (17h-19h59) (64,8 %).

O *entretenimento* regista a segunda maior presença no *primeiro período da manhã* (6h09h59), no *segundo da tarde* (17h-19h59) e *noite/madrugada* (23h-05h59). Por seu turno, *cultural/conhecimento* ocupa a segunda posição nos restantes três blocos horários.

Considerando as categorias de *gênero* 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, 71,8 % e 79,8 %). Nos períodos da *noite* e *madrugada*, a *música de continuidade* cede lugar aos *programas de música* que representam metade do tempo de emissão (respetivamente, 69,3 % e 56,3 %).

Refira-se ainda que, em especial no primeiro bloco horário da noite, são emitidas reportagens em direto dando cobertura a festivais de *música* e artes, tais como o “Festival Sónar”, “Tremor”, “Westway Lab”, “Fnac Live”, “Festival Med”, “Festival Músicas do Mundo”, “Festival Ponte D’Lima”, “Neopop”, “Primavera Sound”, “Festival Mil”, “NOS Alive”, “Curtas de Vila do Conde”, “Sonicblast”, “Nascentes”, “Festival de Cannes” e “Vodafone Paredes de Coura”. Verifica-se que estes festivais dão visibilidade a várias localidades do país.

Observando a diversidade de géneros segundo a sua distribuição horária, o *segundo período da tarde* é o que apresenta o leque mais vasto – 14 dos 18 géneros presentes na programação da Antena 3. Tal, não deixando de ser referida a maior dedicação à categoria *música* que concentra 65 % dos conteúdos emitidos. A categoria *talk show* é a segunda mais presente com 20,2 %.

A grande distância da *música*, os conteúdos de *entretenimento* são os segundos com maior presença no primeiro bloco matinal, sobretudo os programas de *talk show* (14,1 %). Este período (6h-9h59) possui 13 dos 32 géneros tipificados.

No *segundo período da manhã* (10h-11h59), apresentando 12 géneros, os programas de *artes e media* são a segunda categoria mais representada (10,9 %) seguindo-se a emissão de *debates/entrevistas* (7,5 %). É neste turno que os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* têm, no seu conjunto, maior expressão (17,1 %).

No primeiro bloco da tarde (12h-16h59m), com a presença de 12 géneros, seguem-se, à *música de continuidade* (79,8 %), os *programas de música* (9,6 %) e *artes e media* (7,7 %).

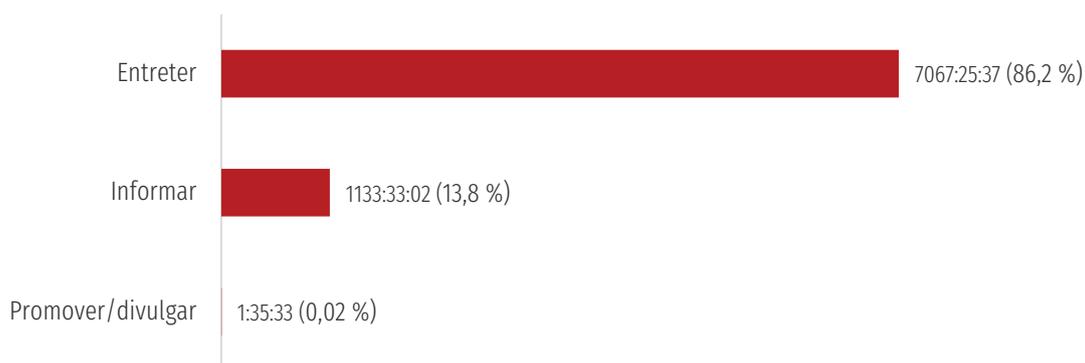
Considerando o horário da *noite* (20h-22h59), em que foram emitidos conteúdos de 11 géneros distintos, sobressaem os *programas de música* (69,3 %), seguindo-se *artes e media* (16,4 %) e *talk show* (13,4 %).

Na *noite/madrugada* (23h-05h59), em que foram emitidos conteúdos de sete géneros distintos, regista-se a menor diversidade de programas. As duas categorias dominantes são *programas de música*, com maior destaque (56,3 %), e *música de continuidade* (30,3 %).

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 (2023)



N= 8202h34m12s (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, 7067 horas de emissão (86,2 %).

Esta função concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programas de música* que, juntos, representam 88 % do tempo total da função, somando mais de 6190 horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro género mais expressivo na duração total desta função (10 %).

Os conteúdos destinados a *informar* representam cerca de 13,8 % (1133 horas) do total anual da programação. Esta função surge associada a dez géneros de programas, cinco dos quais pertencentes ao *macrogénero informação* (31,6 %) e três a *cultural/conhecimento* (45,1 %).

Os programas *culturais de artes e media* são os que mais concorrem para realizar a função de *informar* (39,9 %). Segue-se o programa de *debate/entrevista* que é o que mais tempo conta na categoria *informativo* (15,3 %). Em terceiro lugar, surgem alguns *programas de música* (21,7 %).

Verifica-se que os *programas de música* constituem o género de conteúdos que partilha ambas as funções de *entretener* e *informar* (respetivamente, 33,6 % e 21,7 %).

A escassa representação da função *promover/divulgar* reflete a presença de seis emissões do programa em “Em Nome do Ouvinte” preenchendo um total anual aproximado de 1 hora e 36 minutos.



4. 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 2023, 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.»⁴⁹

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**.

⁴⁹ 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.»⁵⁰

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**.»⁵¹

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 CCSPRT.

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 e a Antena 3 emitem programas das seis grandes categorias. Por seu turno, a Antena 2 mostra uma ausência de conteúdos classificados como *desporto*.

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, 81,5 % e 79,4 %). Por seu turno, a **Antena 1** apresenta menor percentagem de *música* no total da sua programação (42,2 %), 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.

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 orientações focalizadas para os diversos conteúdos musicais que emitem. A Antena 2 tem por missão apresentar conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como de 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 *grunge* e o *rap*.

Face a uma hegemonia geral da *música*, há a destacar, como elemento diferenciador, a segunda categoria de conteúdos mais presente em cada uma das Antenas. Na Antena 1 a segunda posição é ocupada pela *informação*; na Antena 2

⁵⁰ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

⁵¹ Cf. CCSPRT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

pela *cultura/conhecimento* e, na Antena 3, pelo *entretenimento*. O *desporto* assume, nesta Antena, o valor de 11,2 %, e os conteúdos de natureza *institucional/religiosa* (2,8 %).

Considerando os 32 *géneros* em que se desdobram as macrocategorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 27, 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 2023, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 11 *géneros*. É o serviço com a mais elevada transmissão de conteúdos no âmbito *cultural/conhecimento* (17 %), bem como de *espetáculos* (13,8 %). A sua vocação para os géneros musicais clássico e erudito reflete-se nesta divulgação de *espetáculos*, em formato concerto, incluindo em direto.

A Antena 2 dá, assim, 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 18 dos 32 *géneros*, verifica-se que a *música de continuidade* se destaca, com 46,5 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (32 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (8,6 %). 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».⁵²

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 questões de género, cujas vozes que representam a rádio, a par dos convidados, são também eles jovens.

Na Antena 1, os *espetáculos* (0,9 %), 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. De referir que estas coberturas surgem, igualmente, num formato de *reportagem* em direto, assumindo um registo *informativo*.

A cobertura destes eventos permite ainda à Antena 1 dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de *música* portuguesa, seus intérpretes e compositores».

A mesma obrigação de promover a produção e transmissão de concertos musicais, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», na Antena 3 seguiu um formato de *reportagem*, compreendendo aproximadamente seis horas de emissão, dando cumprimento a esta obrigação, a par de *espetáculos* com mais de setenta horas.

De referir, igualmente, a presença de uma nova categoria no domínio da *música* – “Convidado musical” - que, embora não atingindo os valores mais representativos, se destaca como um formato ao vivo que permite destacar o trabalho de artistas neste campo, e presente em ambas a Antena 1 e Antena 3.

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 CCSPT prevê. Esta obrigação também conta, na Antena 2, com o programa “Palavra de Bolso” ou “Páginas de Português”.

⁵² Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea c).

Os programas *culturais/conhecimento*, que somam 12,1 % da programação da Antena 1, respondem a exigências de serviço público como inclusão de programas que «apoie e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público».

São vários os programas que endereçam as referidas exigências, entre estes, “Almanaque de Ouvido”⁵³, que percorre as várias tradições de Portugal; “Mortinho(s) por Sair de Casa”, divulgando a agenda cultural; “7 Margens”, debatendo vários temas da atualidade; “Em Busca das Canções da Liberdade”, versando sobre a *música* como expressão de liberdade em países lusófonos; “Grandes Esperanças”, colocando em diálogo jovens de várias profecias; “No País das Maravilhas”, dando conta de histórias pessoais e de resiliência; “O Pai Natal Veste Verde” e “O Meu Primeiro Natal em Portugal”, dando conta, na época do Natal, respetivamente, de soluções ecológicas para esta época e da partilha de histórias pessoais sobre a sua inclusão em Portugal; “Os Desafios da Alimentação Sustentável” e “Rádio Aurora - A outra voz”. De referir, igualmente, o programa “Tratar o Cancro por Tu” e “Queime! - Vamos Falar de Burnout”, na área da saúde. A Antena 1 disponibiliza, também, programas como o “Serviço Público – Bloco de Notas”, de apoio escolar. O programa “Antes da Revolução” permitiu dar conta da realidade social que antecedeu o 25 de Abril. Pensando no consumidor, foi emitido o programa de natureza *institucional*, em parceria com a Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE), destinado a esclarecer os ouvintes haver desta matéria.

O conteúdo *artes e media* representa 13 % da programação da Antena 2, com programas como “Palavras cruzadas”, “Música portuguesa a gostar dela própria”, “Vida breve” e “Véu Diáfano”.

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».

Esta missão é cumprida especialmente pela Antena 1, que dedica grande destaque semanal aos conteúdos *desportivos*, com particular destaque para o futebol, incluindo o feminino, 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”. O *desporto* assume, nesta Antena, o valor de 11,2 %.

De referir ainda que, o programa do provedor do ouvinte “Em Nome do Ouvinte”, presente nas três Antenas, é transmitido com maior frequência na Antena 1, excedendo as nove horas da emissão total anual. O CCSPRT prevê a transmissão deste tipo de conteúdos, mas não obriga à sua repetição em todas as Antenas, embora tal se verifique.

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* (50,7 %) e *entreter* (44,4 %). A função de *informar*, a par das categorias pertencentes a este domínio, é também assumida por *programas de música* (15 %) e conteúdos de *artes e media* (10,7 %). A *música de continuidade* (60,7 %) assume a hegemonia da função de *entreter*, seguindo-se as *transmissões desportivas* (18,7 %). A função *formar* é especialmente desenvolvida pelos conteúdos *educativos* (65,8 %) e de *ciências e humanidades* (19,2 %). A função *promover e divulgar* ficaram a cargo dos conteúdos *institucionais* e *religiosos*.

A Antena 2 apresenta *entreter* como a função mais relevante da sua programação, cumprida por cerca de 5514 horas de conteúdos difundidos (65,1 %). Segue-se *informar* (30,9 %) e *formar* com 4 %. A função *promover/divulgar* apresenta um valor residual de 0,01 %.

⁵³ <https://antena1.rtp.pt/programa/almanaque-de-ouvido/>

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 (34,7 %). Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPT, no que respeita à necessidade de este serviço da rádio pública associar à *música* a vertente de divulgação e de dar a conhecê-la enquanto arte, o que não se esgota na transmissão de obras em formato de *espetáculo*.

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 este é o género com maior relevância horária, assumindo 53,5 % da duração da função. Os conteúdos musicais assumem, igualmente, um muito significativo peso na função *entretêr*. Estes programas abordam a *música* dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

A *função entretêr* é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da Antena 3, traduzida em mais de 7067 horas de emissão no ano (86,2 %). Esta função concretiza-se sobretudo na emissão de *música de continuidade* e de *programas de música*. *Informar*, a segunda função, está associada a aproximadamente 1133 horas de emissão anual (13,8 %), com destaque para os programas de *artes e media*, que representam (39,9 %) perto de um terço daquele tempo, secundados por *programas de música* (21,7 %), seguindo-se *debate/entrevista* (15,3 %) e *noticiários* (8 %).

A *função formar* reflete a presença de seis emissões do programa em “Em Nome do Ouvinte”, preenchendo um total anual aproximado de 1 hora e 36 minutos. Este programa assume, na Antena 1, um peso superior a nove horas de emissão total anual e, na Antena 2, sensivelmente uma hora.

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 análise⁵⁴ e ainda a mais doze serviços disponibilizados via internet: RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 3, Rádio Zig Zag, 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 serviços disponibilizados via internet, 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>).

⁵⁴ Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>

Apresenta os ícones de ligação à página da rádio no *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena1>), *Instagram* (<https://www.instagram.com/antena1rtp/>) e *Youtube* (<https://www.youtube.com/c/Antena1rtp>), disponibilizando também as aplicações para dispositivos móveis.

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 #EstudoEmCasa para apoio escolar.

O sítio da Antena 2 (<http://www.rtp.pt/antena2/>) coloca em foco e destaque vários conteúdos de natureza cultural e musical, evidenciando os concertos Antena 2, festivais de *música* clássica, erudita ou do mundo, bem como conferências. Estes concertos estão também disponíveis em formato vídeo (multimédia). Inclui, na sua página inicial, a ligação para vários *podcast* e para o trabalho de diversos colaboradores.

Disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas diária, semanal e mensal, acerca do concurso jovens músicos e destaques institucionais. Através do RTP Play, acede-se a programação *on demand* (conteúdos gravados) e, através do canal “Ópera”, a um serviço disponibilizado via internet, 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, bem como aos episódios de teatro radiofónico.

A Antena 2 fornece ligações para redes sociais, designadamente *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena2>), *Rede X*, *Instagram* (<https://www.instagram.com/antena2rtp/>) e *Youtube* (<https://www.youtube.com/@antena2rtp>), disponibilizando também as aplicações para dispositivos móveis.

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 CCSPT, 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 página de entrada 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), *Instagram* (<https://www.instagram.com/antena3rtp/>), disponibilizando também as aplicações para dispositivos móveis. Também está disponível a ligação ao canal da rádio no *Youtube* (<https://www.youtube.com/user/antena3rtp>) e perfil no *Spotify* (A3.30) aberto a votações dos ouvintes.

No seu conjunto, as Antenas disponibilizam os conteúdos emitidos em formatos de direto e/ou sempre disponíveis (*podcasts*, concertos, arquivos, etc.), em multiplataformas, incluindo diversas redes sociais e plataforma de partilha de vídeo, com possibilidades de interação com os ouvintes (votações, envio de mensagem, comentários).

A concessionária de serviço público de rádio e televisão vê, assim, 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 CCSPT, 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.

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 32 *géneros radiofónicos*.

b) Grelha de classificação geral de géneros radiofónicos – macrogéneros e géneros

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade, compreendendo *noticiários, programas de debate e entrevista, de antena aberta, comentário, edição especial e magazines informativos*, mas também informação específica como é o caso da meteorologia, trânsito ou bolsa.

Desportivo: programas vocacionados para conteúdos relacionados com o *desporto*, seja a informação sobre a atualidade, seja a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; inclui *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas, resumos desportivos* (todas as modalidades) e programas de *comentário desportivo*.

Música: classifica conteúdos de índole musical, estejam eles organizados em *programas de música*, subordinados a *géneros* específicos ou programas de autor, mas também inclui os conteúdos musicais transmitidos em *playlist* e a transmissão de *espetáculos* musicais. Assim, esta categoria encontra-se subdividida nos *géneros: programa de música, música de continuidade e espetáculos*.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante o *entretenimento* dos ouvintes, compreendendo *concursos/jogos, jogos interativos, programas de humor, talk shows e infotainment* (programas que seguem formatos dos *géneros informativos*, mas tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas mormente dedicados à apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, *música*, etc.), bem como para divulgar e informar sobre áreas do conhecimento e da investigação científica em diferentes campos do saber. Incluem-se também nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos. A programação especificamente dedicada a assinalar datas comemorativas e efemérides, fora da vertente *institucional*, também se inclui nesta categoria – *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 RADIOFÓNICOS E FUNÇÕES

Gênero 1.º Nível	Gênero	Funções
Macrogênero	Gênero	
1. Informativo	1.1. Noticiário	Informar
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate/Entrevista	
	1.4. Comentário	
	1.5. Edição especial	
	1.6. <i>Magazine</i> informativo	
	1.7. Antena aberta	
	1.8. Boletim meteorológico	
	1.9. Informação trânsito	
	1.10. Informação bolsista	
	1.11. Outro (informativo)	

FIG. 14 - CLASSIFICAÇÃO DE GÊNEROS RADIOFÓNICOS E FUNÇÕES

Gênero 1.º Nível	Gênero	Funções
Macrogênero	Gênero	
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
	3.4. Convidado Musical	Entreter
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo	
	4.2. Jogo interativo	
	4.3. Humor	Entreter
	4.4. Infotainment	
	4.5. Talk show	
	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).

Gênero nível I – indica o *macrogênero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de *gêneros* considerada.

Género nível II – indica o *género radiofónico* do programa de acordo com a classificação de *géneros* considerada.

Função – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o ouvinte, atendendo às quatro funções consideradas.

Período horário – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando seis períodos:

- Manhã 1 (06h00-09h59m);
- Manhã 2 (10h00-11h59m);
- Tarde 1 (12h00-16h59m);
- Tarde 2 (17h00-19h59m);
- Noite (20h00-22h59m);
- Noite/madrugada (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa com início às 19h15m e fim às 21h30m é classificado como pertencendo ao período da *noite*).

Período semanal – indica o dia da semana em que o programa foi exibido, repartido entre *dia de semana* e de *fim de semana*.

f) 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 contribuam 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 (2023)



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Bairro Latino João Govern	Serviço Público Maria Flor Pedroso		A Fé dos Homens	Gira Discos Nuno Galopim	7 Margens António Marujo	Costa a Costa Pedro Costa
01:00		Pranchas e Balões Rui Alves de Sousa	Cidade Invisível João P Galveias, Sérgio Noronha e António B Guterres		Fala com Ela - Rep Inês Menezes	Asas Elétricas Herberto Quaresma	Verdes Anos Miguel Soares	
02:00	Visão Global - Rep Mário Rui Cardoso	Linha do Horizonte	Refeitório - Rep Joana Barrios	Radio Aurora		Linha do Horizonte	Bar Condicionado Herberto Quaresma	Destacável Aurélio Gomes
03:00	Linha do Horizonte		Linha do Horizonte	Linha do Horizonte				
04:00	Linha do Horizonte			Linha do Horizonte				
05:00	Linha do Horizonte			Linha do Horizonte				
06:00	Linha do Horizonte			Linha do Horizonte				
07:00				José Candeias				
08:00				Manhã A1 Ricardo Soares				
09:00						Gramofone João Carlos Callixto	Eucaristia Dominical	
10:00				Manhã A1 – 2.ª parte Augusto Fernandes	Geometria Variável Maria Flor Pedroso		Amor é Júlio Machado Vaz Inês Menezes	
11:00				Antena Aberta António Jorge			A Cena do Ódio David Ferreira	
12:00				Manhã A1 – 2.ª parte Augusto Fernandes		Radicais Livres Maria Flor Pedroso	Visão Global Mário Rui Cardoso	
13:00				Portugal em Direto		Refeitório Joana Barrios	Entrevista A1 - Conversa Capital Rosário Lira	
14:00				Tarde A1 – 1.ª parte Filomena Crespo		Geometria Variável (REP) Maria Flor Pedroso	Mixtape Noémia Gonçalves	
15:00					Em Nome do Ouvinte Ana Isabel Reis		Tarde Desportiva	
16:00								
17:00				Tarde A1 – 2.ª parte José Carlos Trindade		A Máquina do Tempo Augusto Fernandes		
18:00						Cinemax - Rep Tiago Alves		
19:00	Grandes Adeptos Tiago Alves	Efeito Borboleta Raquel Varela Joel Neto	Old Friends Manuel Sobrinho Simões Júlio Machado Vaz		Túnel de Acesso ?	Contraditório Natália Carvalho	À Volta do Groove Isilda Sanches	Tarde A1 ou Desporto
20:00	Mesa Para Dois	Mesa Para Dois	Mesa Para Dois		Mesa Para Dois	Mesa Para Dois		
21:00							Noite A1 ou Desporto	Visita Guiada ou Desporto
22:00				Uma Noite em Forma de Assim Jorge Afonso				De Olhos Bem Fechados Rui Alves de Sousa
23:00	Um Chão Comum - CCB Inês Maria Meneses	E Deus Criou o Mundo Cristina Esteves	Cinemax - Rep Tiago Alves		Terra Média Gonçalo Madail	Duas ou Três Coisas Nuno Galopim - João Lopes	Fala Com Ela Inês Maria Meneses	Na Ponte Margarida Pinto Correia

Fonte: RDP, setembro 2023

FIG. 18 - GRELHA DE PEQUENOS FORMATOS NA PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2023)

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				Rádio Aurora			
02:42		Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)	Panfletos (REP)		
02:54		Música Triste (REP)	Música Triste (REP)	Música Triste (REP)	Música Triste (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
06:07	A Mosca						
06:58	Muda Num Minuto						
07:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:12							
07:22	Tecnologia	Tecnologia	Tecnologia	Tecnologia	Tecnologia		
07:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
07:32	Info Desporto						
07:42	Um dia no Mundo						
07:50	Comentário Desporto						
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex		
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:20	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade		
08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
08:32	Info Desporto						
08:42	Cross	Cross	Cross	Cross	Cross		
08:50	Felicidade	Felicidade	Felicidade	Felicidade	Felicidade		
08:55	Gira discos						
09:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
09:22	Contas do Dia						
09:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese		
09:32	Info Desporto						
09:42	Direto	Direto	Direto	Direto	Direto		
09:54	Diário da Revolução						
10:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
10:12	Lançamento da Semana	Grande Reportagem	Consulta Pública	Parlamento	Geometria Variável		
10:50				Cinemax			
10:58	90" de Ciência						

FIG. 18 - GRELHA DE PEQUENOS FORMATOS NA PROGRAMAÇÃO SEMANAL DA ANTENA 1 (2023)

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
11:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:22	Portugalex (REP)						
12:30	Info Desporto						
12:57	Palavra do Dia						
13:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
13:07	A Mosca						
14:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:22	Serviço Público - Bloco de Notas						
14:42	Directo	Directo	Directo	Directo	Directo		
14:58	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido	Almanaque de Ouvido	Minuto Cidadão		
15:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
15:22	Portugueses no Mundo						
15:40							
15:58	Na Ponta da Língua						
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
16:22	Direto	Direto	Direto		Direto		
16:30	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos		
16:32	Info Desporto						
16:42	Mortinhos por Sair de Casa						
16:50	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa		
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:20	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade	Atualidade		
17:30	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos	Títulos		
17:32	Info Desporto						
17:42	O Amor é						
17:52	David Ferreira a Contar						
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						
18:55	Diário da Revolução (REP)						
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	Música Triste						
23:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários

Fonte: RDP, setembro 2023

FIG. 19 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 1 (2023)

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	259:42:03	19,9 %	221:11:28	33,7 %	226:27:58	14,6 %	191:30:20	18 %	92:59:16	8,6 %	275:40:42	11,8 %
Reportagem	14:24:48	1,1 %	16:37:52	2,5 %	24:55:52	1,6 %	5:27:30	0,5 %	12:29:59	1,2 %	12:41:00	0,54 %
Debate/ Entrevista	5:01:07	0,4 %	116:09:46	17,7 %	49:59:41	3,2 %	93:06:26	8,7 %	1:42:00	0,2 %	38:54:30	1,7 %
Comentário	35:17:21	2,7 %	25:34:00	3,9 %	34:54:04	2,3 %	-	-	-	-	-	-
Edição especial	2:15:54	0,2 %	14:22:00	2,2 %	35:37:08	2,3 %	22:47:32	2,1 %	23:45:01	2,2 %	2:38:10	0,1 %
Magazine informativo	1:15:00	0,1 %	9:23:00	1,4 %	185:39:12	12 %	8:34:06	0,8 %	14:54:04	1,4 %	56:55:20	2,4 %
Boletim meteorológico	52:49:38	4,1 %	7:36:17	1,2 %	27:30:42	1,8 %	28:27:24	2,7 %	8:11:46	0,8 %	26:46:48	1,2 %
Informação de trânsito	38:54:02	3 %	13:53:32	2,1 %	47:52:27	3,1 %	34:11:46	3,2 %	3:07:16	0,3 %	00:18:00	0,01 %
Informação bolsista	-	-	-	-	4:26:00	0,3 %	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	34:54:07	2,68 %	0:46:00	0,1 %	70:38:01	4,6 %	60:03:50	5,6 %	0:15:00	0,02 %	05:02:36	0,2 %
Transmissão desportiva	-	-	2:55:38	0,4 %	0:40:11	0,04 %	213:06:33	20 %	439:41:21	40,8 %	5:06:26	0,2 %
Resumo desportivo	0:07:30	0,01 %	0:06:30	0,02 %	2:07:00	0,1 %	1:21:30	0,1 %	0:01:30	0,002 %	-	-
Comentário desportivo	01:57:42	0,15 %	-	-	-	-	54:58:58	5,2 %	-	-	-	-
Programa de música	149:33:52	11,5 %	13:12:20	2 %	108:44:06	7 %	102:23:04	9,6 %	37:47:23	3,5 %	723:10:24	31,1 %
Música de continuidade	415:43:36	31,9 %	77:29:49	11,8 %	526:28:20	34 %	194:10:24	18 %	342:39:19	31,8 %	595:24:32	25,6 %
Espetáculo	-	-	2:57:20	0,5 %	5:33:17	0,4 %	4:05:04	0,4 %	16:55:06	1,6 %	43:13:44	1,9 %
Convidado musical	09:39:20	0,7 %	0:59:00	0,1 %	0:12:00	0,01 %	-	-	-	-	-	-
Humor	23:28:32	1,8 %	2:04:00	0,3 %	17:48:00	1,1 %	01:05:22	0,1 %	-	-	15:51:16	0,7 %
Talk show	-	-	17:35:36	2,7 %	-	-	-	-	-	-	20:10:32	0,9 %
Infotainment	0:07:30	0,01 %	-	-	0:07:30	0,01 %	-	-	-	-	-	-
Artes e media	1:15:05	0,1 %	59:03:12	9 %	37:27:10	2,4 %	38:59:12	3,7 %	75:27:28	7 %	254:04:42	10,9 %
Ciências e humanidades	73:59:46	5,7 %	53:50:42	8,2 %	81:20:54	5,3 %	6:53:04	0,6 %	7:56:40	0,7 %	113:54:20	4,9 %
Educativo	46:17:12	3,6 %	0:48:22	0,1 %	54:55:48	3,5 %	5:33:00	0,5 %	-	-	35:59:12	1,5 %
Comemorações e efemérides	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14:56:22	0,6 %
Outro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13:04:30	0,6 %
Institucional	-	-	-	-	4:48:00	0,3 %	-	-	0:25:00	0,04 %	-	-
Religioso	136:17:53	10,5 %	-	-	-	-	-	-	-	-	73:55:21	3,2 %
Total	1303:01:58	100 %	656:36:24	100 %	1548:13:21	100 %	1066:45:05	100 %	1078:18:09	100 %	2327:48:27	100 %

N= 1303h01m58s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 656h36m24s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1548h13m21s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1066h45m05s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1078h18m09s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2327h48m27s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

FIG. 20 - DURAÇÃO DE FUNÇÕES POR GÉNERO NA ANTENA 1 (2023)

Género	Informar		Entreter		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	1267:31:47	31,3 %	-	-	-	-	-	-
Reportagem	86:37:01	2,1 %	-	-	-	-	-	-
Debate/ entrevista	304:53:30	8 %	-	-	-	-	-	-
Comentário	95:45:25	2,4 %	-	-	-	-	-	-
Edição especial	101:25:45	2,5 %	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	276:40:42	6,8 %	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	151:22:35	3,7 %	-	-	-	-	-	-
Informação de trânsito	138:17:03	3,4 %	-	-	-	-	-	-
Informação bolsista	4:26:00	0,1 %	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	171:39:34	4,2 %	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	-	-	661:30:09	18,7 %	-	-	-	-
Resumo desportivo	3:44:00	0,09 %	-	-	-	-	-	-
Comentário desportivo	56:56:40	1,4 %	-	-	-	-	-	-
Programa de música	606:16:27	15 %	515:12:12	14,5 %	13:22:30	6 %	-	-
Música de Continuidade	-	-	2151:56:00	60,7 %	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	72:44:31	2 %	-	-	-	-
Convidado musical	-	-	10:50:20	0,3 %	-	-	-	-
Humor	-	-	60:17:10	1,7 %	-	-	-	-
Talk show	-	-	37:46:08	1,1 %	-	-	-	-
Infotainment	-	-	0:15:00	0,01 %	-	-	-	-
Artes e media	431:51:46	10,7 %	32:07:32	0,9 %	2:17:31	1,1 %	-	-
Ciências e humanidades	297:02:02	7,3 %	-	-	40:53:24	19,2 %	-	-
Educativo	-	-	-	-	143:33:34	67,3 %	-	-
Comemorações e efemérides	14:56:22	0,4 %	-	-	-	-	-	-
Outro	-	-	-	-	13:04:30	6,1 %	-	-
Institucional	1:38:00	0,04 %	-	-	-	-	3:35:00	2 %
Religioso	33:40:14	0,8 %	-	-	-	-	176:33:00	98 %
Total	4044:44:53	100 %	3542:39:02	100 %	213:11:29	100 %	180:08:00	100 %

N= 7980:43:24 (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 e Mafalda Serrano					Fuga da Arte Ricardo Saló
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
02:00	Olhar a Lua Tomás Anahory	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano					Olhar a Lua Tomás Anahory
03:00	Nocturno André Pinto	Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	Fuga da Arte Ricardo Saló	Nocturno André Pinto
04:00	Dois ao Quadrado Pedro Coelho	A Ronda da Noite Luís Caetano					Dois ao Quadrado Pedro Coelho
05:00		Coreto Jorge Costa Pinto	Banda Sonora Mafalda Serrano	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Periferias Inês Almeida	Caleidoscópio	
06:00	Notas Finais António Pires Veloso						
07:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra					Sol Maior Pedro Rafael Costa	
08:00						Café Plaza Germano Campos	
09:00	Boulevard I André Pinto					Quinta Essência João Almeida	Ao Sabor da Corrente Sérgio Azevedo
10:00						A Propósito da Música Alexandre Delgado	
11:00	Banda Sonora Mafalda Serrano					Música Aeterna João Chambers	Páginas de Português José Mário Costa
12:00							Véu Diáfano Pedro Amaral
13:00	Vibrato I Pedro Rafael Costa					O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Periferias Inês Almeida
14:00						Páginas de Português José Mário Costa	
15:00	Ao Sabor da Corrente Sérgio Azevedo	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Ecoss da Ribalta João Pereira Bastos	Quinta Essência João Almeida	Coreto Jorge Costa Pinto	A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers
16:00	Baile de Máscaras (+ Concerto Aberto às 19h00) João Rodrigues Pedro (+ Andrea Lupi)					Mezza-voce André Cunha Leal	Mezza-voce André Cunha Leal
17:00							
18:00	Grande Auditório Reinaldo Francisco e Susana Valente					Banda Sonora Mafalda Serrano	Caleidoscópio
19:00							A Ronda da Noite Luís Caetano
20:00	A Ronda da Noite Luís Caetano					Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide
21:00							
22:00	A Ronda da Noite Luís Caetano					Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide
23:00							

Fonte: RDP

FIG. 22 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 2 (2023)

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	-	-	-	-	74:20:00	4,1 %	35:40:00	3 %	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	-	-	0:35:00	0,05 %	-	-	-	-
Programa de música	678:50:00	48 %	189:08:00	25,8 %	573:36:00	31,5 %	200:54:00	17,2 %	255:40:00	29,5 %	188:56:00	77,1 %
Música de continuidade	641:50:00	45,4 %	423:46:00	57,8 %	648:29:04	35,6 %	215:37:00	18,4 %	4:13:00	0,5 %	1:00:00	0,0 %
Espetáculo	-	-	3:56:00	0,5 %	18:40:00	1 %	572:09:00	48,9 %	550:49:00	63,5 %	24:12:00	0,98 %
Outro entretenimento	-	-	-	-	5:48:00	0,3 %	7:44:00	0,7 %	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	75:55:00	5,4 %	41:55:00	5,7 %	321:12:00	17,6 %	65:48:00	5,6 %	56:11:00	6,5 %	538:26:00	21,9 %
Ciências e humanidades	-	-	61:46:00	8,4 %	97:50:00	5,4 %	65:29:00	5,6 %	0:10:00	0,02 %	-	-
Comemorações e efemérides	0:15:00	0,02 %	1:20:00	0,2 %	1:20:00	0,07 %	6:23:00	0,5 %	-	-	-	-
Educativo	18:00:00	1,3 %	11:30:00	1,57 %	79:09:00	4,3 %	0:05:00	0,01 %	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	0:51:00	0,05 %	0:17:00	0,02 %	-	-	-	-
Total	144:50:00	100 %	733:21:00	100 %	1821:50:4	100 %	1170:41:00	100 %	867:03:00	100 %	2462:34:00	100 %

N= 1414h50m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 733h21m00s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1821h15m04s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1170h41m00s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 867h03m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2462h34m00s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

FIG. 23 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNERO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 2 (2023)

Gênero	Entreter		Informar		Formar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	110:00:00	4,2 %	-	-	-	-
Reportagem	-	-	0:35:00	0,02 %	-	-	-	-
Programa de música	2395:49:00	43,4 %	1401:15:00	53,5 %	-	-	-	-
Música de continuidade	1934:55:04	35,1 %	-	-	-	-	-	-
Espetáculo	1169:46:00	21,2 %	-	-	-	-	-	-
Outro entretenimento	13:32:00	0,2 %	-	-	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	-	-	909:12:00	34,7 %	190:15:00	56,5 %	-	-
Ciências e humanidades	-	-	187:25:00	7,2 %	37:50:00	11,2 %	-	-
Comemorações e efemérides	-	-	9:18:00	0,4 %	-	-	-	-
Educativo	-	-	-	-	108:44:00	32,3 %	-	-
Institucional	-	-	-	-	-	-	1:08:00	100 %
Total	5514:02:04	100 %	2617:45:00	100 %	336:49:00	100 %	1:08:00	100 %

N= 8469h44m04s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

FIG. 24 - GRELHA DE PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2023)

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Alta Tensão António Freitas	Alta Tensão António Freitas	Caixa de Ritmos (REP)	Bons Rapazes (REP)	Sinais de Fumo Pedro Costa	Muitos Mundos Isilda Sanches	MQ3 Miguel Quintão	00:00
01:00								01:00
02:00	A3.30 (REP)	Precisamos Falar (REP)	Notas Azuis (REP)	Pingue Pongue (REP)	Páginas Amarelas (REP)	Electromagnético Gualter Santos	Electromagnético Gualter Santos	02:00
03:00	Razão de Ser (REP)	Portugália (REP) Henrique Amaro				Playlist * ver grelha semanal *	Playlist * ver grelha semanal *	03:00
04:00	A3 - 04h / 06h * ver grelha semanal *							
05:00					Música com Pés e Cabeça (REP - SEXTA) (SEMANA ANTERIOR)	Música com Pés e Cabeça (REP - SÁBADO) (SEMANA ANTERIOR)	05:00	
06:00	Prova Oral (REP)							
07:00					Playlist Ricardo Sérgio	Playlist André Santos	07:00	
08:00	Manhãs da Três Tiago Ribeiro / Ana Markl / Joana Gama							
09:00					Razão de Ser A. Jorge / M. Rocha B. Martins / M. Oliveira	Precisamos de Falar L. Oliveira / A. Markl R.M. Abreu / N. Galopim	09:00	
10:00	A3 - 10h / 13h André Santos							
11:00					Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	11:00	
12:00					Domínio Público Belo / Mariana / Marta / João A. / Raquel	Domingo no Mundo Luís Oliveira	12:00	
13:00	A3 - 13h / 16h Inês Henriques							
14:00					Playlist Rui Estêvão	Playlist Rui Estêvão	14:00	
15:00								
16:00	A3 - 16h / 19h Andreia Pinto						16:00	
17:00					A3-30 Andreia Pinto		17:00	
18:00	Prova Oral Fernando Alvim				Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	18:00	
19:00					Bons Rapazes Miguel Quintão Álvaro Costa	Caixa de Ritmos Nuno Reis	19:00	
20:00	Defeitos Especiais Luís Oliveira							
21:00	Pontos de Luz Isilda Sanches						21:00	
22:00	Portugália Henrique Amaro				Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Páginas Amarelas Á. Costa / N. Galopim	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado							

Fonte: RTP, Atualizado a 2 outubro 2023

FIG. 25 - DURAÇÃO DE GÊNEROS POR PERÍODO HORÁRIO NA ANTENA 3 (2023)

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	2,4 %	10:54:00	1,6 %	11:36:00	0,7 %	33:30:00	3,4 %	0:03:00	0,004 %	-	-
Reportagem	-	-	6:10:00	0,9 %	2:03:10	0,1 %	1:30:32	0,2 %	0:10:00	0,01 %	-	-
Debate/entrevista	23:56:55	1,67 %	50:05:35	7,5 %	-	-	49:03:43	4,9 %	-	-	50:03:41	2,2 %
Boletim meteorológico	16:47:00	1,2 %	-	-	5:37:00	0,3 %	11:09:00	1,1 %	0:01:00	0,001 %	-	-
Informação de trânsito	32:50:50	2,3 %	-	-	0:01:00	0,001 %	17:58:00	1,8 %	0:01:00	0,001 %	-	-
Informação desportiva	18:13:52	1,3 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	02:15:00	0,2 %	2:00:00	0,3 %	-	-	-	-	-	-	-	-
Programa de música	204:15:41	14,3 %	3:51:02	0,6 %	160:26:39	9,6 %	169:46:59	17 %	777:08:39	69,3 %	1306:03:13	56,3 %
Música de continuidade	833:17:17	58,1 %	479:19:01	71,8 %	1326:33:26	79,8 %	472:17:25	47,4 %	0:24:00	0,04 %	703:28:50	30,3 %
Espetáculo	-	-	0:57:48	0,1 %	-	-	2:55:30	0,3 %	7:08:32	0,6 %	60:31:42	2,6 %
Convidado musical	0:25:00	0,03 %	0:25:00	0,06 %	0:50:00	0,1 %	00:50:00	0,1 %	1:47:43	0,2 %	1:47:43	0,1 %
Humor	51:28:49	3,6 %	-	-	17:20:00	1 %	20:57:00	2,1 %	0:05:00	0,01 %	-	-
Talk show	202:33:01	14,1 %	-	-	-	-	201:22:48	20,2 %	150:33:43	13,4 %	150:10:09	6,5 %
Concurso/jogo	-	-	0:01:30	0,004 %	0:01:00	0,001 %	0:00:30	0,001 %	-	-	-	-
Artes e media	5:57:01	0,4 %	72:29:23	10,9 %	127:59:55	7,7 %	13:22:55	1,3 %	16:07:01	16,4 %	48:05:50	2,1 %
Ciências e humanidades	7:00:00	0,5 %	38:16:00	5,7 %	8:39:00	0,5 %	2:30:00	0,3 %	-	-	-	-
Comemorações e efemérides	-	-	3:14:36	0,5 %	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	-	-	1:35:33	0,1 %	-	-	-	-	-	-
Total	1433:12:26	100 %	667:43:55	100 %	1662:42:43	100 %	997:14:22	100 %	1121:29:38	100 %	2320:11:08	100 %

N= 1433h12m26s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 667h43m55s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1662h42m43s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 997h14m22s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1121h29m38s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2320h11m08s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada).

FIG. 26 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS POR FUNÇÃO NA PROGRAMAÇÃO DA ANTENA 3 (2023)

Gênero	Entreter		Informar		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	-	-	90:15:00	8 %	-	-
Reportagem	-	-	9:53:42	0,9 %	-	-
Debate/entrevista	-	-	173:09:54	15,3 %	-	-
<i>Boletim meteorológico</i>	-	-	33:34:00	3 %	-	-
Informação de trânsito	-	-	50:50:50	4,5 %	-	-
Informação desportiva	-	-	18:13:52	1,6 %	-	-
Transmissão desportiva	04:15:00	0,1 %	-	-	-	-
Programa de música	2375:38:10	33,6 %	245:54:03	21,7 %	-	-
Música de continuidade	3815:19:59	54 %	-	-	-	-
Espetáculo	71:33:32	1 %	-	-	-	-
Convidado musical	6:05:26	0,1 %	-	-	-	-
Humor	89:50:49	1,3 %	-	-	-	-
<i>Talk show</i>	704:39:41	10 %	-	-	-	-
Concurso/jogo	0:03:00	0,0007 %	-	-	-	-
Artes e <i>media</i>	-	-	452:02:05	39,9 %	-	-
Ciências e humanidades	-	-	56:25:00	5 %	-	-
Comemorações e efemérides	-	-	3:14:36	0,3 %	-	-
Institucional	-	-	-	-	1:35:33	100 %
Total	7067:25:37	100 %	1133:33:02	100 %	1:35:33	100 %

N= 8202h34m12s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RÁDIO DIFUSÃO SONORA E FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2023



I. TÍTULOS HABILITADORES

1. VISÃO GLOBAL

Em 2023, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, autorizou três pedidos de modificação de projeto, um dos quais com alteração da respetiva tipologia e dois com estabelecimento de parceria.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram deferidos sete pedidos de alteração do controlo do capital social, mais dois do que em 2022.

Foram também autorizados dois pedidos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 13 (treze) pareceres prévios, por solicitação do ICP-A-NACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, contrastando com o ano de 2022, no qual se registou o maior número anual (31) de registos desta modalidade de serviços de programas de rádio.

Ressalta ainda que, em 2023, se iniciaram os processos de renovação das licenças de rádios locais e regionais, tendo sido deliberado, pelo Conselho Regulador, a renovação de 19 (dezanove) licenças para o exercício da atividade de rádio.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A atividade de rádio constitui um dos principais vetores de ação da ERC no desenvolvimento da sua atividade de regulação e supervisão dos órgãos de comunicação social.

As competências da ERC no âmbito da radiodifusão abrangem o poder de concessão, renovação e revogação dos títulos habilitadores (licenças ou autorizações); 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 jurídico 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 em outros diplomas legislativos, designadamente o DecretoLei 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

Nos termos do artigo 19.º da Lei da Rádio, o acesso à atividade de radiodifusão sonora por via hertziana está dependente do 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 suprarreferido 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.º 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.º 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.

No decurso de 2023, a ERC renovou 19 licenças para o exercício da atividade de rádio, conforme seguidamente se explana.

3.1 Renovação da licença

De acordo com o disposto no n.º 1 do artigo 27.º LR, as licenças e autorizações para o exercício da atividade de rádio são emitidas por um prazo de 15 anos, renováveis por iguais períodos.

O pedido de renovação das licenças ou autorizações deve ser apresentado junto da ERC entre 240 e 180 dias antes do termo do prazo respetivo (cf. n.º 2 do artigo 27.º LR).

A ERC decide sobre o pedido de renovação das licenças ou autorizações até 90 dias antes do termo do prazo respetivo, deferindo os pedidos quando conclua pelo regular cumprimento das obrigações legais a que estão sujeitos os operadores, designadamente a situação contributiva e tributária regularizada (n.º 4 do artigo 27.º LR).

Em 2023, o Conselho Regulador da ERC deliberou a renovação de 19 licenças de radiodifusão sonora (cf. Figura 1), não tendo, no ano em referência, indeferido qualquer pedido de renovação.

FIG. 1 – RENOVAÇÃO DA LICENÇA PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

Deliberação	Operador
ERC/2023/379 (LIC-R), de 25.10.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Cooperativa de Informação e Cultura de Macedo de Cavaleiros - Rádio Onda Livre Macedense, CRL
ERC/2023/394 (LIC-R), de 31.10.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade radiofónica do operador Cortiçol – Cooperativa de Informação e Cultura, CRL
ERC/2023/402 (LIC-R), de 31.10.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de rádio do operador Cooperativa de Radiodifusão do Pico, CRL, através do serviço de programas Rádio Pico
ERC/2023/410 (LIC-R), de 15.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Notícias 2000 FM – Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda.
ERC/2023/412 (LIC-R), de 15.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Cooperativa de Produções Radiofónicas Rádio Limite de Castro Daire, CRL
ERC/2023/417 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Lagoanima – Empresa Radiofónica e de Comunicação de Lagoa, Lda. – serviço de programas denominado Rádio Lagoa
ERC/2023/418 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença - Ramos, Marques & Vasconcelos Lda. - serviço de programas denominado Rádio Palmeira (Santa Cruz/Ilha da Madeira)
ERC/2023/419 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença - Ramos, Marques & Vasconcelos Lda. - serviço de programas denominado Rádio Zarco (Machico/Ilha da Madeira)
ERC/2023/420 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença - Ramos, Marques & Vasconcelos Lda. - serviço de programas denominado Rádio Festival (Ribeira Brava/Ilha da Madeira)
ERC/2023/421 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Rádio Felgueiras - Cooperativa de Meios Audiovisuais de Comunicação Social, CRL - serviço de programas denominado Rádio Felgueiras
ERC/2023/429 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença - Ramos, Marques & Vasconcelos Lda. - serviço de programas denominado Rádio Sol (Ponta do Sol/Ilha da Madeira)
ERC/2023/431 (LIC-R), de 20.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Mediaborba - Sociedade de Comunicação Social, Unipessoal, Lda. - serviço de programas Rádio Borba
ERC/2023/437 (LIC-R), de 29.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora do operador Cooperativa de Difusão Cultural Jorgense, CRL – serviço de programas denominado Rádio Lumena
ERC/2023/441 (LIC-R), de 29.11.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade radiofónica do operador SEB – Sociedade Editorial Bética, Lda. - serviço de programas Rádio Planície
ERC/2023/446 (LIC-R), de 06.12.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de rádio do operador Novos Mares - Radiodifusão, Lda, através do serviço de programas Terra Nova
ERC/2023/453 (LIC-R), de 06.12.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de rádio do operador Guimapress, SA, – serviço de programas denominado Rádio Santiago
ERC/2023/454 (LIC-R), de 12.12.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade radiofónica do operador Rádio Barca – Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL- serviço de programas Barca FM
ERC/2023/455 (LIC-R), de 06.12.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade de rádio do operador Rádio Cartaxo, CRL – serviço de programas denominado Tejo Rádio Jornal
ERC/2023/457 (LIC-R), de 12.12.2023	Renovação da licença para o exercício da atividade radiofónica do operador RS - Rádio Seixal, Lda. - serviço de programas RDS

N= 19.



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 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 2023, a ERC apreciou quatro pedidos de modificação do projeto de serviços de programas de rádio (cf. Figura 2), tendo os mesmos sido deferidos.

Note-se que, foi ainda revogada a Deliberação ERC/2022/307 (AUT-R), de 14 de setembro, relativa à modificação do projeto com alteração para a tipologia generalista e alteração da denominação do serviço de programas detido pelo operador Super rádio, Unipessoal, Lda. (Amarante), pela Deliberação ERC/2023/375 (AUT-R), de 18 de outubro.

FIG. 2 – MODIFICAÇÃO DO PROJETO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS		TIPOLOGIA		CONCELHO
		ANTERIOR	ATUAL	ANTERIOR	ATUAL	
ERC/2023/160 (AUT-R), 19.04.2023	Rádio Maior, Publicidade e Comunicação, Lda.	Mega Hits Rio Maior	Observador 92.6	Temático Musical	Temático Informativo	Rio Maior
ERC/2023/198 (OUT-R), de 17.05.2023	Alteração da tipologia dos serviços de programas Mega FM Porto, Mega Hits Aveiro e Mega Hits Sintra, de temáticos direcionados a um segmento de público para temáticos musicais, uniformizando-se a referida classificação entre os serviços associados/parceiros Mega Hit					Porto Aveiro Sintra
ERC/2023/324 (AUT-R), de 30.08.2023	97.5 FM - Rádio Portel, Unipessoal, Lda.	Rádio Esperança	Rádio Maria Alentejo	Generalista	Generalista	Portel
ERC/2023/376 (AUT-R), 18.10.2023	Rádio Renascença, Lda.	Mega Hits Viseu	Mega hits Viseu	Temático Musical	Temático Musical	Viseu

⁴ Aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁵ Ao abrigo do n.º 4 do artigo 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 a existência de acordo parassocial atributivo de direitos especiais a um sócio, ainda que seja minoritário, suficientemente fortes para exercer uma influência dominante na vida do operador.

Em 2023, a ERC analisou e deferiu sete pedidos de autorização prévia para a alteração de controlo do capital social de operadores de rádio. (cf. Figura 3).

FIG. 3 – ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES

Deliberação	Operador	Decisão/obs
ERC/2023/102 (AUT-R), de 08.03.2023	Alteração de domínio do operador Rádio Horizonte Tejo – Radiodifusão, Comunicação e Meios, Unipessoal, Lda.	Deferimento
ERC/2023/167 (AUT-R), de 03.05.2023	Publicelos – Publicidade de Barcelos, Lda.	Deferimento
ERC/2023/177 (AUT-R), de 27.04.2023	Editave Multimédia, Lda.	Deferimento
ERC/2023/271 (AUT-R), de 19.07.2023	Quarteto das Letras, Unipessoal, Lda.	Deferimento
ERC/2023/360 (AUT-R), de 10.10.2023	Rádio Regional de Arouca, Lda.	Deferimento
ERC/2023/423 (AUT-R), de 20.11.2023	Rede Regional de Radiodifusão RCI, Lda.	Deferimento
ERC/2023/424 (AUT-R), de 20.11.2023	Monsantorádio – Rádio Clube de Monsanto, Sociedade Unipessoal, Lda.	Deferimento

⁶ Cf. artigo 4.º, n.º 6 e 7, da Lei da Rádio.

6. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS 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 é admissível estando reunidos os requisitos temporais previstos no 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 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 2023, a ERC apreciou e deliberou deferir dois requerimentos relativos a cessões de serviços de programas e respetivas licenças dos operadores radiofónicos (cf. Figura 4):

FIG. 4 – CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

Deliberação	Serviço de programas/licença	Decisão/obs.
ERC/2023/413 (AUT-R), de 27.04.2023	Águia Azul – Cooperativa de Rádio e Jornalismo, CRL.	Deferido a favor do operador Sintonia Feirense, Lda.
ERC/2023/439 (AUT-R), de 29.11.2023	GB – Comunicação, Lda.	Deferido a favor do operador Justpoetic, 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.

Em 2023, em articulação com o ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações, a ERC, ao abrigo das competências acima referidas, proferiu 13 pareceres relativos à atribuição e/ou alteração do nome de canal de programas e mensagens de radiotexto (cf. Figura 5).

FIG. 5 – PARECERES VINCULATIVOS PARA OPERAÇÃO NO SISTEMA RDS

Parecer	Operador
ERC/2023/127 (Parecer), de 13.04.2023	Jornal da Trofa, Lda.
ERC/2023/128 (Parecer), de 13.04.2023	Rádio Cultural de Cerveira – Cooperativa de Radiodifusão, CRL.
ERC/2023/207 (Parecer-R), de 24.05.2023	SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.
ERC/2023/222 (Parecer-R), de 06.06.2023	Rádio Maior – Comunicação e Publicidade, Lda.
ERC/2023/224 (Parecer-R), de 06.06.2023	Rádio Horizonte Tejo – Radiodifusão, Comunicação e Meios, Unipessoal, Lda.
ERC/2023/248 (Parecer-R), de 27.06.2023	RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.
ERC/2023/256 (Parecer-R), de 05.07.2023	Rádio Horizonte Tejo – Radiodifusão, Comunicação e Meios, Unipessoal, Lda.
ERC/2023/319 (Parecer-R), de 30.08.2023	V.D.R.F. – Electrónica, Áudio e Equipamento de Telecomunicações, Lda.
ERC/2023/322 (Parecer-R), de 30.08.2023	Sintonizemos - Comunicação Social, Lda.
ERC/2023/323 (Parecer-R), de 30.08.2023	BAOBAD – Comunicações e Publicações, S.A.
ERC/2023/416 (Parecer-R), de 20.11.2023	Geice – Grupo de Estudo e Investigação de Ciências Experimentais
ERC/2023/433 (Parecer-R), de 29.11.2023	Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.
ERC/2023/458 (Parecer-R), de 20.12.2023	Rádio Portel, 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, por conseguinte, sujeita a licenciamento ou autorização nos termos da Lei da Rádio.

Todavia, encontra-se 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).

O registo é requerido através de formulário eletrónico disponível no sítio da ERC, juntando cópia do estatuto editorial, do qual 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 2023, foram aprovados 23 (vinte e três) pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet (cf. Figura 6).

FIG. 6 – EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RÁDIO EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET

N.º de registo	Data	Serviço de programas
700214	16/02/2023	Onda Nacional
700215	17/02/2023	Rádio Caxinas
700216	17/02/2023	Rádio da Igreja Salvação de Todas as Nações Sol da Justiça - RISTNSJ
700219	16/03/2023	Rádio União - A Nossa Voz
700220	04/04/2023	Mega Hits Hip Hop Rap e R&B
700221	04/04/2023	Mega Hits Dance
700222	04/04/2023	Rádio Pensar Fora da Caixa
700223	04/04/2023	Mega Hits Fresh
700224	04/04/2023	Rádio JIM Online - Jovens em Missão
700225	21/04/2023	RFM Novas
700226	21/04/2023	90's RFM
700227	26/04/2023	RFM Toca Portugal
700228	04/05/2023	RFM Latinas
700229	09/05/2023	00's RFM
700230	10/05/2023	Rádio Alta Tensão
700232	02/06/2023	RFM JAZZY
700233	20/07/2023	Lusophonica
700234	20/07/2023	Rádio Nova Oeste
700235	25/07/2023	Agora Varandas
700236	08/09/2023	Rádio Alagoas
700237	25/09/2023	UALMedia Rádio
700239	16/11/2023	Rádio Swordfish
700240	20/12/2023	Rádio Regional

II. ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS

1. VISÃO GLOBAL

Ao longo do ano de 2023 foram efetuadas 14 (catorze) 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 Rádio⁸ para o desenvolvimento da atividade.

As ações de fiscalização em causa foram realizadas em estúdios e sedes de operadores localizados em 13 (treze) distritos de Portugal Continental.

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 Reguladora⁹, 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 atividade de radiodifusão sonora.

⁸ Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual.

⁹ Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.



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, solicitaram-se gravações de emissões da rádio para subsequentemente se proceder à audição, análise técnica e elaboração dos respetivos relatórios de fiscalização.

4. AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO REALIZADAS

No âmbito do Plano anual de fiscalização aos operadores de rádio, foram realizadas ações de inspeção aos seguintes serviços de programas radiofónicos (cf. Figura 7):

- a) Rádio Esperança;
- b) Douro FM;
- c) Rádio Mértola;
- d) Rádio Elmo;
- e) Rádio Alvor;
- f) Rádio Canção Nova;
- g) Nove3cinco;
- h) Rádio Barca;
- i) Rádio Clube da Feira.

Sob proposta de técnicos superiores do DS/ERC, procedeu-se à fiscalização dos seguintes serviços de programas radiofónicos (cf. Figura 2):

- a) Kapa FM;
- b) RDS;
- c) Rádio Voz da Raia;
- d) Rádio Club de Armamar;
- e) Rádio Regional de Vimioso, Sabrosa e Valpaços.

FIG. 7 – AÇÕES DO PLANO ANUAL DE FISCALIZAÇÃO DOS OPERADORES DE RÁDIO

Operador	Serviço de Programas	Concelho- Distrito
97.5 FM - Rádio Portel, Unipessoal, Lda.	Rádio Esperança	Portel – Évora
Douro FM, CRL,	Douro FM	Tabuaço - Viseu
Rádio Mértola, Lda.	Rádio Mértola	Mértola – Beja
Rádio Elmo, Lda.	Rádio Elmo	Pinhel – Guarda
Rádio Alvor, CRL	Rádio Alvor	Portimão – Faro
Rádio Clube de Ourém, Lda.	Rádio Canção Nova	Fátima – Leiria
Castelo de Lanhoso 2, Comunicação Social, Lda.	Nove3cinco	Póvoa de Lanhoso – Braga
Rádio Barca – Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL.	Rádio Barca	Ponte da Barca – Viana do Castelo
Rádio Clube da Feira, Emissor das Terras de Santa Maria, CRL.	Rádio Clube da Feira	Santa Maria da Feira – Aveiro

FIG. 8 – AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO PROPOSTAS PELOS TÉCNICOS SUPERIORES DO DS/ERC

Operador	Serviço de Programas	Concelho- Distrito
PFM – Rádio Difusão, Lda.	KAPA FM	Azambuja – Lisboa
RS - Rádio Seixal, Lda.	RDS	Seixal – Setúbal
Rádio Voz da Raia, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio Voz da Raia	Penamacor – Castelo Branco
Rádio Club Armamar	Rádio Club Armamar	Armamar – Viseu
RC Chaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.	Rádio Regional Vimioso, Sabrosa e Valpaços	Matosinhos – Porto

5. SÍNTESE

No decurso de 2023, foram efetuadas 14 (catorze) ações de fiscalização a serviços de programas radiofónicos detidos por operadores de rádios locais (cf. Figuras 7 e 8), tendo sido analisadas as suas emissões, bem como verificados inúmeros elementos e informações disponibilizados pelos operadores, tendo sempre por base os requisitos previstos na Lei da Rádio para o exercício da atividade de Rádio.

Em síntese, e de harmonia com os respetivos relatórios de fiscalização, as ações em referência permitiram concluir o seguinte:

- Existência de uma componente de programação própria dirigida à população da área de cobertura local para cada concelho, contemplando espaços de emissão animados por locutores e colaboradores, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 12.º da Lei da Rádio;
- Existência de espaços regulares de informação, com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura, nos termos do disposto na alínea a) do n.º 2 do artigo 32.º da Lei da Rádio;
- Existência de um responsável pela programação em cada serviço de programas, tendo por incumbência a orientação e supervisão do conteúdo das emissões, nos termos do n.º 1 do artigo 33.º da Lei da Rádio;
- Existência de um responsável pela informação em cada serviço de programas, com funções de chefia, de coordenação ou de redação, nos termos do disposto no n.º 5 do artigo 33.º da Lei da Rádio;
- Existência de, pelo menos, três blocos noticiosos, emitidos entre as 7 e as 24 horas, nos termos do disposto no artigo 35.º da Lei da Rádio;
- As funções de chefia, de coordenação ou de redação nos serviços de programas, são asseguradas por jornalistas ou equiparados, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Rádio;

- A denominação e a frequência de emissão nos serviços de programas são indicadas pelo menos uma vez em cada hora e sempre que reiniciam um segmento de programação própria, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 37.º da Lei da Rádio;
- Emissão de 24 horas por dia, nos termos do disposto no artigo 38.º da Lei da Rádio;
- Gravação e conservação das emissões dos serviços de programas, pelo período mínimo de 30 dias, nos termos do disposto no artigo 39.º da Lei da Rádio;
- A inserção de publicidade nos serviços de programas emitidos pelas estações de rádio fiscalizadas, não afetou a sua integridade, tendo em conta as pausas próprias, a sua duração e natureza, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 40.º da Lei da Rádio;
- Em determinados serviços de programas radiofônicos, verificou-se que o cargo de gerente ou sócio da sociedade detentora do serviço de programas era simultaneamente ocupado pelo responsável da informação da estação, contrariando o disposto no n.º 5 do artigo 33.º da Lei da Rádio, pelo que todos foram advertidos para que procedessem à substituição dos responsáveis pela informação com celeridade, o que se confirmou mediante a receção dos competentes requerimentos para averbamento dos novos titulares dos responsáveis pela informação;
- Em determinados serviços de programas, detetou-se igualmente que o estatuto editorial não se encontrava disponibilizado em suporte adequado para acesso ao público, ou no respetivo sítio eletrónico, conforme exigido pelo n.º 5 do artigo 34.º da Lei da Rádio, pelo que foram os operadores instados a disponibilizar convenientemente o respetivo estatuto editorial, o que se veio a confirmar posteriormente;
- Verificou-se ainda que alguns serviços de programas não estavam a emitir pelo menos três serviços noticiosos aos fins-de-semana, entre as 7 e as 24 horas, conforme exigido pelo artigo 35.º da Lei da Rádio, pelo que se advertiram os operadores em causa no sentido do rápido restabelecimento dos blocos informativos ao fim-de-semana, o que também se confirmou;
- Por último, constatou-se que certos serviços de programas não procediam à comunicação mensal das quotas da “música portuguesa” no “Portal das Rádios” da ERC (cf. artigos 41.º e seguintes da Lei da Rádio). Atendendo a que os sistemas de automação utilizados pelos operadores em causa permitiam a funcionalidade de criar e descarregar ficheiros com as quotas de música portuguesa (com vista à inserção direta no Portal das Rádios), a todos foi recomendado que passassem a comunicar regulamente as quotas de música portuguesa emitidas em cada mês, o que também se veio a verificar.

6. NOTAS FINAIS

As ações de fiscalização regulares e extraordinárias revelaram-se, uma vez mais, imprescindíveis no desenvolvimento das atribuições da ERC no âmbito da atividade de radiodifusão sonora.

Com efeito, o modelo de fiscalização utilizado pelo Departamento de Supervisão da ERC tem permitido alcançar resultados muito positivos, contribuindo decisivamente para a prevenção e correção de eventuais irregularidades, mas também para o reforço da presença da ERC junto dos seus regulados.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA



1. VISÃO GLOBAL

Da análise efetuada à difusão de música portuguesa no ano 2023 pelos operadores de radiodifusão, podemos concluir que a quase generalidade dos serviços de programas de rádio que submete os dados no portal das rádios, com envio regular mensal de dados, cumpre ou mesmo ultrapassa as quotas mínimas dispostas na Lei da Rádio.

Salienta-se que, em 2023, ainda se manteve como voluntária a inscrição no referido portal, disponibilizado pela ERC desde 2007, pelo que a análise efetuada não compreende todos os operadores/serviços de programas 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 2023, numa média anual ponderada de cerca de 150 (cento e cinquenta) e cuja comunicação de dados mensalmente por via da plataforma 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.º1 da Lei n.º54/2010, de 24 de dezembro (doravante Lei da Rádio ou LR), a programação musical dos serviços de programas radiofónicos é obrigatoriamente preenchida, em quota mínima variável de 25 % a 40 %, com música portuguesa.

No decorrer do segundo semestre de 2023, foi publicada a portaria n.º 249/2023 de 2 de agosto, que vem alterar a quota mínima de música portuguesa a vigorar, nos termos seguintes:

- 1.º A programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora é obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.
- 2.º A presente portaria entra em vigor no dia 1 de setembro de 2023, produzindo efeitos pelo período de um ano.

Podemos afirmar, em consonância com a análise desenvolvida em anos anteriores, que 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 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 2023, a grande maioria dos serviços de programas de âmbito local preencheu a sua programação musical com mais de 30 % de música portuguesa 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 % ou 30 % de música portuguesa tanto nas 24 horas de emissão, como no período das 7 às 20 horas.

No que respeita à RFM, apresenta alguns desvios da quota mínima de música portuguesa exetável, tendo presentes os dados reportados mensalmente pelo operador através da plataforma.

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, 91,1 %.

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 recente, ou seja, editada nos últimos 12 meses.

A RR tem vindo a promover a música recente na respetiva programação musical, com o valor mais alto em outubro, 43,2 %, com uma média anual de 37,2 %, o que traduz a subida mais acentuada de sempre, em 7,7 pp face ao ano anterior.

Foi acautelado o acompanhamento dos serviços de programas no sentido da resolução dos desvios face aos valores previstos na lei e a sua sensibilização 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, 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 32 (trinta e dois) 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 à análise das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de música portuguesa, em 2023.

O artigo 41.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, 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 nos termos da portaria publicada em 2023, como quota mínima de referência no ano em análise, 25 % no período de janeiro a agosto e 30 % de setembro a dezembro.

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 % ou 30 % 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 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 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, 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 os relatórios consensuais reportados à ERC, os valores da quota de música recente são meramente indicativos, não estando sujeitos a avaliação.

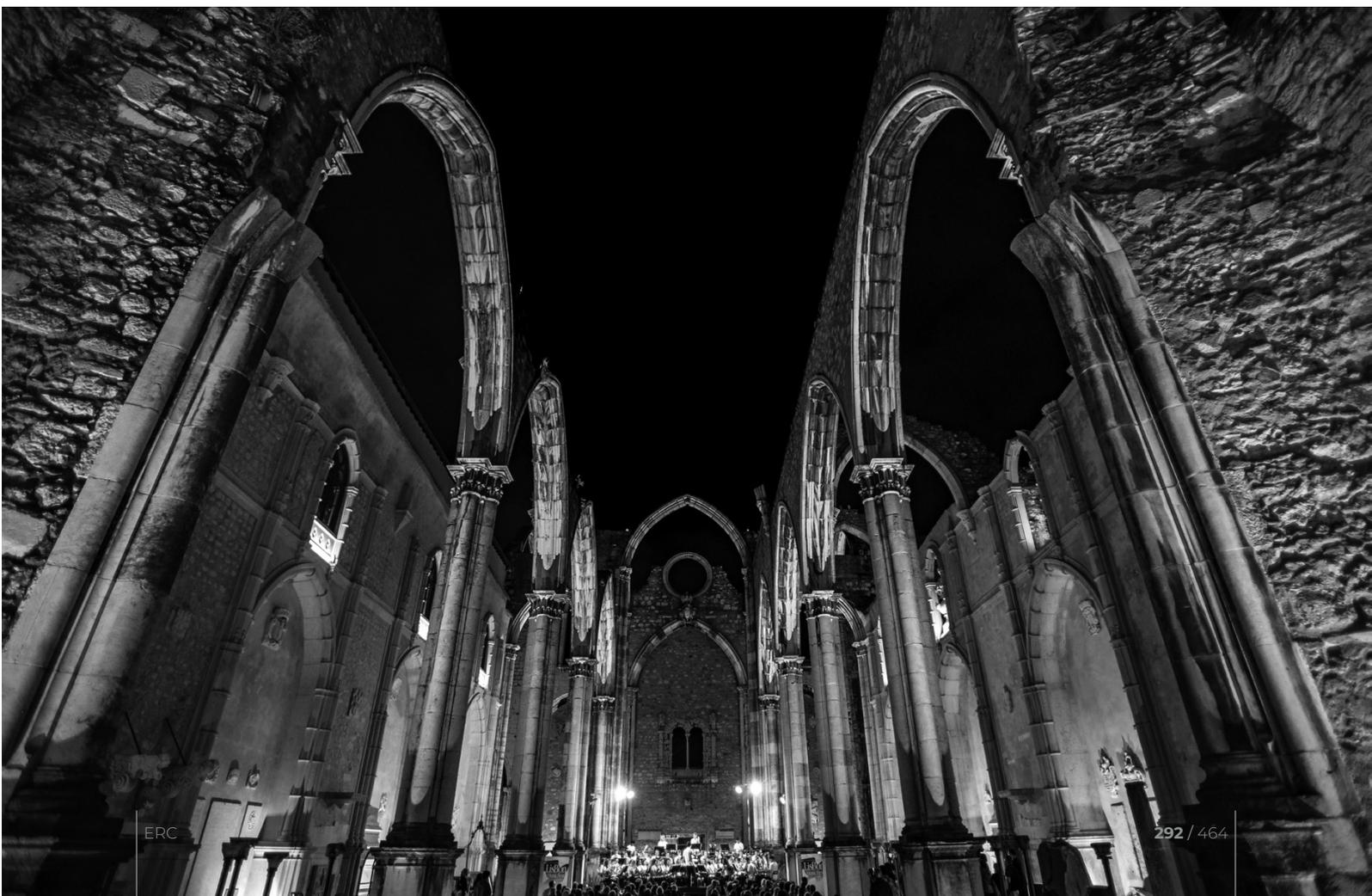
O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do quinquénio 2019 2023, no que respeita a apuramentos médios semestrais e anuais.

Realce-se que a Lei da Rádio foi recentemente alterada pela Lei n.º 16/2024, de 5 de fevereiro, modificando as disposições referentes à difusão de música portuguesa, quotas e subquotas: a quota de música portuguesa foi fixada em 30% (n.º 1 do artigo 41.º) e foram determinados períodos específicos para o seu apuramento.

Os efeitos desta alteração apenas se repercutirão na análise de 2024.

No que respeita aos serviços de programas que atualmente beneficiam de isenção do regime geral de quotas, de acordo com a norma transitória do artigo 4.º da Lei n.º 16/2024, de 5 de fevereiro, esta Lei produz efeitos no prazo de 90 dias a partir da sua entrada em vigor, pelo que os operadores que considerem que o seu modelo de programação temático assenta em géneros com insuficiente representação no panorama da produção musical portuguesa deverão fundadamente requerer que a ERC reconheça a isenção, total ou parcial, da obrigação do cumprimento das quotas de música portuguesa, nos termos do art.º 45.º da Lei da Rádio.

O artigo 47.º-B da Lei da Rádio, sob a epígrafe «Dever de Informação», veio introduzir a obrigatoriedade de os operadores comunicarem mensalmente os elementos necessários à fiscalização dos referenciais.





3. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música portuguesa 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, plataforma que permite o apuramento de valores de quotas de música portuguesa nos serviços de programas de rádio, implementado pela ERC.

Em 2023, a presente análise teve como suporte a amostra de média anual observada de cerca de 150 serviços de programas locais que se encontram ativos no 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 diferenciais registados entre os períodos analisados são referenciados em pontos percentuais (pp).

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 % (julho-agosto) e 30 % (setembro-dezembro), nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, (julho-agosto) e 30 % (setembro-dezembro) 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 2023, que permitiram apurar a percentagem de cumprimento das quotas de música portuguesa.

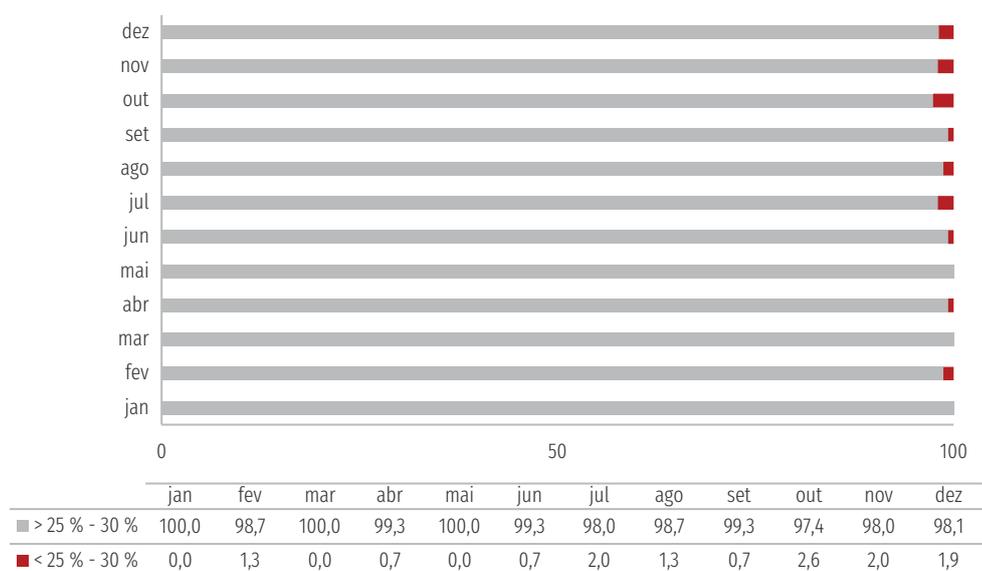
Para cálculo do universo médio mensal dos serviços de programas monitorizados, constituiu-se a amostra pelo número dos que submeteram os dados pelo portal em 2023.

No que respeita à primeira vertente da análise, os resultados obtidos constam nas figuras seguintes:

FIG. 1 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 25 % OU 30 %, NO PERÍODO DE 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 25 % - 30 %	99,6	98,3
< 25 % - 30 %	0,5	1,8

FIG. 2 - CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 25 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



Os dados apurados permitem concluir que, também em 2023, tal como em anos anteriores, o índice de cumprimento da quota de música portuguesa mantém-se elevada, por parte dos serviços de programas da amostra.

A generalidade dos operadores que submeteram os dados pelo portal das rádios cumpriu a quota mínima mensal de 25 % -- 30 %, consoante a quota aplicável, nas 24 horas de emissão no primeiro semestre do ano, em 99,6 %, e no segundo semestre, em 98,3 %.

Assinala-se que, nos meses de janeiro, março e maio, a totalidade dos operadores da amostra cumpriu globalmente a quota mínima de música portuguesa prevista na lei.

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 25 % - 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 % OU 30 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

Quota	média 1.º sem %	média 2.º sem %
> 25 % - 30 %	98,8	98,4
< 25 % - 30 %	1,3	1,8

FIG. 4 - CUMPRIMENTO MENSAL DA QUOTA DE 25 % OU 30 % ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Os valores de difusão de música portuguesa apurados no período entre as 7 e as 20 horas, também são relevantes, marcando o primeiro semestre, 98,8 % e o segundo, 98,4 %, próximos dos verificados para as 24 horas, sendo igualmente notório o alto índice de cumprimento desta quota no período de maior audiência.

FIG. 5 - ANÁLISE % POR INTERVALOS - 1.º SEMESTRE DE 2023

1.º Semestre de 2023														
meses	jan		fev		mar		abr		mai		jun		total 1.º sem	
Interv. rádios	n.º rádios	%	n.º rádios	%										
[0-25[0	0,	2	1,3 %	0	0,0 %	1	0,7 %	0	0,0 %	1	0,8 %	1	2,8 %
[25-30[4	2,7 %	2	1,3 %	2	1,4 %	6	4,0 %	8	5,8 %	3	2,4 %	5	17,7 %
[30-35[20	13,7 %	31	20,5 %	36	25,0 %	23	15,3 %	23	16,7 %	30	24,0 %	31	115,2 %
[35-40[28	19,2 %	21	13,9 %	13	9,0 %	27	18,0 %	21	15,2 %	12	9,6 %	15	84,9 %
[40-45[15	10,3 %	9	6,0 %	15	10,4 %	9	6,0 %	11	8,0 %	10	8,0 %	8	48,6 %
[45-50[11	7,5 %	12	7,9 %	11	7,6 %	11	7,3 %	12	8,7 %	12	9,6 %	15	48,7 %
[50-55[18	12,3 %	19	12,6 %	15	10,4 %	11	7,3 %	9	6,5 %	12	9,6 %	12	58,8 %
[55-60[8	5,5 %	13	8,6 %	11	7,6 %	17	11,3 %	17	12,3 %	13	10,4 %	13	55,8 %
[60-65[12	8,2 %	10	6,6 %	12	8,3 %	16	10,7 %	10	7,2 %	9	7,2 %	12	48,3 %
[65-70[8	5,5 %	9	6,0 %	8	5,6 %	7	4,7 %	8	5,8 %	6	4,8 %	7	32,3 %
[70-75[3	2,1 %	3	2,0 %	2	1,4 %	2	1,3 %	3	2,2 %	4	3,2 %	3	12,1 %
[75-80[3	2,1 %	2	1,3 %	4	2,8 %	5	3,3 %	5	3,6 %	4	3,2 %	4	16,3 %
[80-85[3	2,1 %	4	2,6 %	4	2,8 %	4	2,7 %	3	2,2 %	2	1,6 %	5	13,9 %
[85-90[6	4,1 %	6	4,0 %	5	3,5 %	4	2,7 %	3	2,2 %	1	0,8 %	2	17,2 %
[90-95[2	1,4 %	3	2,0 %	2	1,4 %	2	1,3 %	1	0,7 %	2	1,6 %	1	8,4 %
[95-100]	5	3,4 %	5	3,3 %	4	2,8 %	5	3,3 %	4	2,9 %	4	3,2 %	5	18,9 %

FIG. 6 - ANÁLISE % POR INTERVALOS - 1.º SEMESTRE DE 2023

2.º Semestre de 2023														
meses	jul		ago		set		out		nov		dez		total 2.º sem	
Interv. rádios	n.º rádios	%	n.º rádios	%										
[0-25[3	2,0 %	2	1,3 %	2	1,4 %	2	1,4 %	2	1,4 %	1	0,6 %	12	8,1 %
[25-30[6	3,9 %	4	2,6 %	5	3,5 %	5	3,5 %	5	3,5 %	3	1,9 %	28	18,9 %
[30-35[27	17,8 %	30	19,9 %	29	20,1 %	29	20,1 %	29	20,1 %	35	22,6 %	179	120,6 %
[35-40[19	12,5 %	13	8,6 %	13	9,0 %	13	9,0 %	13	9,0 %	13	8,4 %	84	56,6 %
[40-45[9	5,9 %	10	6,6 %	9	6,3 %	9	6,3 %	9	6,3 %	7	4,5 %	53	35,8 %
[45-50[5	3,3 %	11	7,3 %	7	4,9 %	7	4,9 %	7	4,9 %	12	7,7 %	49	32,9 %
[50-55[9	5,9 %	11	7,3 %	10	6,9 %	10	6,9 %	10	6,9 %	10	6,5 %	60	40,5 %
[55-60[15	9,9 %	10	6,6 %	10	6,9 %	10	6,9 %	10	6,9 %	13	8,4 %	68	45,7 %
[60-65[19	12,5 %	20	13,2 %	20	13,9 %	20	13,9 %	20	13,9 %	22	14,2 %	121	81,6 %
[65-70[7	4,6 %	8	5,3 %	9	6,3 %	9	6,3 %	9	6,3 %	9	5,8 %	51	34,5 %
[70-75[8	5,3 %	5	3,3 %	7	4,9 %	7	4,9 %	7	4,9 %	4	2,6 %	38	25,7 %
[75-80[5	3,3 %	7	4,6 %	5	3,5 %	5	3,5 %	5	3,5 %	4	2,6 %	31	20,9 %
[80-85[11	7,2 %	9	6,0 %	7	4,9 %	7	4,9 %	7	4,9 %	9	5,8 %	50	33,6 %
[85-90[3	2,0 %	5	3,3 %	5	3,5 %	5	3,5 %	5	3,5 %	6	3,9 %	29	19,6 %
[90-95[1	0,7 %	1	0,7 %	2	1,4 %	2	1,4 %	2	1,4 %	2	1,3 %	10	6,8 %
[95-100]	5	3,3 %	5	3,3 %	4	2,8 %	4	2,8 %	4	2,8 %	5	3,2 %	27	18,2 %

Nota: quota mínima de referência da LR entre janeiro e agosto -25 % e de setembro e dezembro - 30 %.

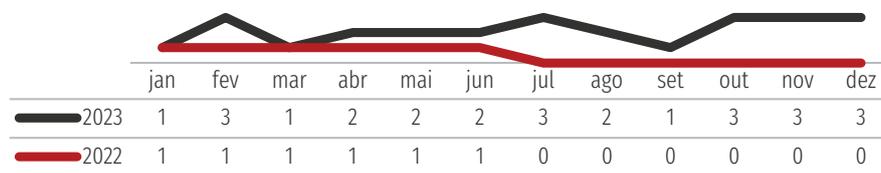
Os valores acima representados permitem concluir que, no final do primeiro semestre de 2023, a maior parte dos operadores da amostra contabilizou valores de quota de música portuguesa, que se inscrevem no intervalo [30-35[, ou seja, iguais ou superiores a 30 % até 35 %, e que assim ultrapassam a quota mínima estabelecida para este período do ano (quota mínima fixada em 25 %).

No segundo semestre do ano, mantém-se a mesma tendência, a grande maioria dos serviços de programas integra o intervalo [30-35] regista quotas difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, acima de 30 %.

É de evidenciar que um número substancial das rádios em análise no segundo semestre do ano registou valores de quota que se inscrevem no intervalo [60-65], o que demonstra a prevalência da difusão de música portuguesa nas respetivas emissões.

Podemos assim concluir de acordo com a amostra disponível, que em 2023, a grande maioria dos serviços de programas preencheu a sua programação musical com mais de 30 % de música portuguesa no total de música difundida.

FIG. 7 - INCUMPRIMENTOS REGISTRADOS NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



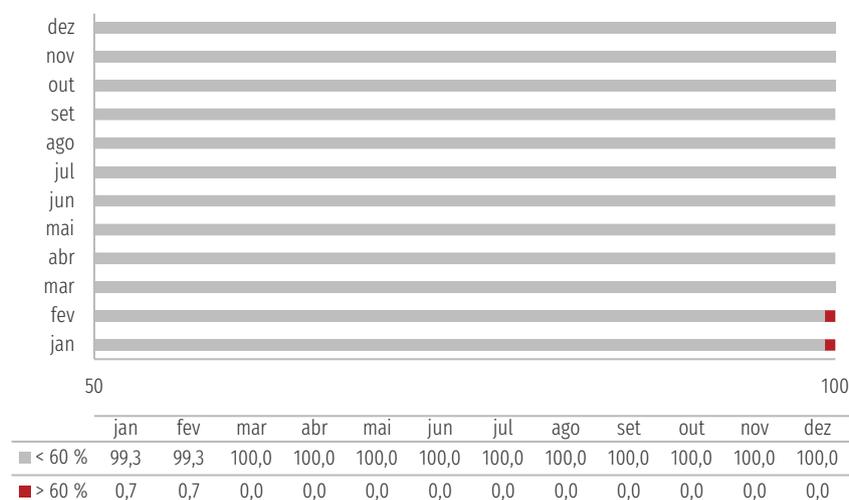
No que respeita a desvios do cumprimento da quota mínima no período de maior audiência, situado entre as 7 e as 20 horas, verifica-se uma subida de casos verificados na amostra analisada, 26 (vinte e seis) para 2023, face a 6 (seis) em 2022, que abrange o período de adaptação da programação musical das rádios à nova quota de 30 % aplicada a partir do mês de setembro.

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 seguintes apuramentos:

FIG. 8 - MÉDIA SEMESTRAL - QUOTA DE 60 % NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Quota	média 1.º sem %	média 2.º sem %
> 60 %	99,8	100,0
< 60 %	0,2	0,0

FIG. 9 - CUMPRIMENTO 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 quase global por parte dos operadores, no primeiro e no segundo semestre de 2023, 99,8 % e 100,0 % respetivamente.

Podemos verificar que, excetuando os dois primeiros meses do ano, 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.

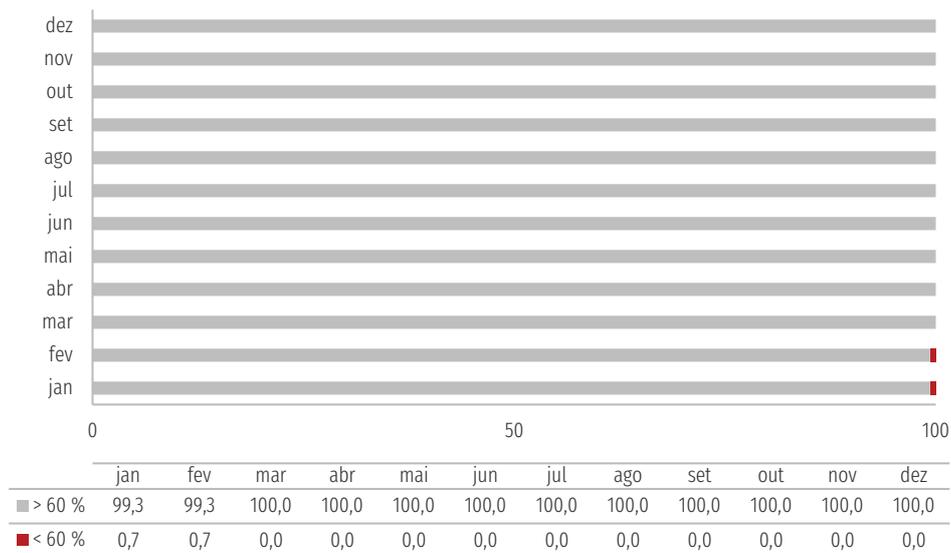
No que respeita ao cumprimento do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, no período diário de emissão compreendido entre as 7 e as 20 horas, realizou-se o apuramento da percentagem de emissão de uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa, composta ou 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 sem %	média 2.º sem %
> 60 %	99,8	100,0
< 60 %	0,2	0,0

FIG. 11 – CUMPRIMENTO DA QUOTA 60 %, ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



As figuras acima, respeitantes 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 idênticos aos apurados no período das 24 horas de emissão, sendo que, no período de março a dezembro, a totalidade dos operadores de cobertura local constituintes da amostra alcançaram ou superaram a quota mínima expetável, no período das 7 às 20 horas.

FIG. 12 – CUMPRIMENTO DA QUOTA DE 35 %, NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
61,9	59,7	62,9	62,3	63,5	64,6	70,5	68,1	68,9	70,2	69,9	66,2
1.º SEMESTRE						2.º SEMESTRE					
62,5						69,0					

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 62,5 % dos operadores e, no segundo, de 69,0 %, 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, no caso de eventos em direto, salvo se o operador assegurar a sua inserção, acaba por não ser contabilizado.



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, não aderiu, até ao presente ano, 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 seguinte:

FIG. 13 – PERCENTAGEM DE MÚSICA PORTUGUESA

M80 RÁDIO	25 %						30 %					
	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
24 horas	35,5	33,9	34,1	35,0	34,2	34,5	35,6	35,1	35,0	34,1	32,3	33,0
Das 7 às 20 horas	33,3	32,2	32,3	33,7	32,8	32,6	34,0	33,3	33,2	32,4	30,6	31,9

Conforme revelam os valores acima apresentados, 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 percentagens sensivelmente mais altas no mês de julho, 35,6 % e 34,10 %, em cada uma das faixas horárias sujeitas a análise.

FIG. 14 – PERCENTAGEM DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA

M80 RÁDIO	25 %						30 %					
	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
24 horas	78,8	79,0	78,8	78,7	78,1	78,9	78,9	78,3	78,2	79,6	79,3	79,4
Das 7 às 20 horas	80,1	80,5	80,1	78,7	78,8	80,5	79,3	79,5	80,2	81,1	80,5	80,8

Já no que respeita 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 valores assinaláveis, sempre perto ou acima de 80 %, destacando se o mês de outubro, 79,6 % e 81,1 %, 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 supradescritos, 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 % (meses de janeiro a agosto) e 30 % (meses de setembro a dezembro), 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	29,6	30,1	31,5	31,7	31,0	29,6	31,8	31,0	30,6	31,7	31,4	31,9
RFM	29,9	29,4	25,7	23,9	25,7	26,0	24,3	24,1	28,0	29,5	29,4	26,5
RR	36,9	38,0	36,4	27,9	28,8	30,6	30,8	29,3	30,6	34,5	34,9	34,7

Nota: é concedida uma margem de erro de 0,5 % aos operadores nos respetivos apuramentos.

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, e a RR, esta última que registou as quotas de música portuguesa mais altas, superaram em todos os meses do ano, a quota mínima de música portuguesa, com maior visibilidade, em abril, 31,7 %, em fevereiro, 38,0 %, respetivamente pelos dois serviços de programas.

No que respeita à RFM, não obstante o valor mais elevado apurado no mês de janeiro, em 29,9 %, revelou em alguns meses do ano desvios da quota mínima exetável.

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	28,6	29,1	31,0	32,0	30,5	29,0	30,8	29,4	29,2	31,6	31,3	31,8
RFM	28,9	27,8	24,4	23,8	25,8	26,4	24,3	24,3	29,3	31,7	31,5	27,9
RR	35,7	36,7	34,9	27,3	28,4	28,7	29,2	28,6	29,0	33,7	33,8	34,1

No que considera aos valores apurados na faixa horaria entre as 7 e as 20 horas, o serviços Rádio Comercial e RR cumpriram na generalidade, com um ligeiro desvio no mês de setembro, com registo dos valores mais elevados nos

meses de abril, 32,0 %, e fevereiro, 36,7 %, respetivamente pelos dois operadores visados, e conforme se pode observar, em superioridade pela RR.

A RFM mantém nesta faixa horária as mesmas oscilações em alguns meses do ano, no entanto, apresenta um valor superior à quota mínima em outubro, 31,7 %

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	86,2	85,8	84,2	82,8	81,4	84,8	87,1	86,9	89,4	87,4	86,4	85,1
RFM	77,8	77,8	71,0	71,6	74,6	77,8	79,5	80,4	84,5	84,4	85,3	84,5
RR	87,2	90,3	90,5	89,5	90,8	90,3	89,7	89,7	90,7	88,9	88,0	88,8

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 RR, que no mês de maio apresenta a quota mais elevada do ano, 90,8 %, a Rádio Comercial em setembro, 89,4 % e a RFM em novembro, 85,3 %.

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	86,8	87,8	85,1	81,1	81,5	84,1	86,2	85,6	91,8	89,2	87,9	85,0
RFM	76,4	76,4	67,7	69,1	71,4	75,3	79,5	80,5	84,5	85,2	86,1	84,7
RR	87,9	90,6	90,6	89,6	91,1	90,7	89,5	92,9	90,9	89,2	88,9	89,1

Verificado o período diário entre as 7 e as 20 horas, salienta-se que este ano, a RR supera as restantes rádios nacionais, com maior evidência, em maio, 91,1 %, seguindo-se a Rádio Comercial em outubro, 89,2 %, e a RFM com a percentagem de 86,1 %, em novembro.

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	58,0	54,2	53,7	54,2	52,9	46,6	59,3	66,0	68,5	65,3	62,0	58,2
RFM	45,0	49,1	53,0	46,0	55,6	57,6	54,6	51,3	60,3	56,8	59,1	57,4
RR	29,7	32,6	33,2	37,1	41,0	37,8	37,5	31,8	38,9	43,2	42,2	41,7

Resta ainda a análise do cumprimento da quota de música recente definida em 35 %, apurada sobre a 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 registam, ao longo do ano, percentagens mais elevadas de música recente, com maior destaque, em setembro, 68,5 % e 60,3 %, respetivamente.

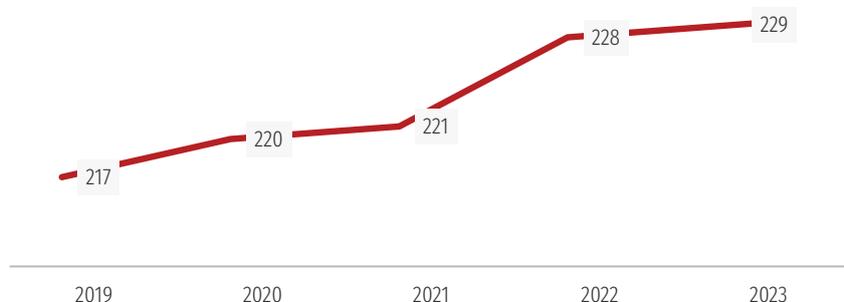
No que respeita à RR, embora se verifiquem em alguns meses do ano oscilações face à quota exetável de 35 %, é de salientar que este serviço de programas tem vindo a dinamizar a música produzida nos últimos 12 meses na programação musical, sendo de sublinhar o mês de outubro, com a quota mais elevada destas difusões, 43,2 %, e francamente superior à quota mínima prevista na lei.

7. APURAMENTO SEMESTRAL E COMPARAÇÃO NO QUINQUÊNIO

7.1. PORTAL DE RÁDIO – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

Em 2023, o número de serviços inscritos no “Portal das Rádios” de quotas de música registou apenas uma nova adesão, pelo que compreende agora 229 registos.

FIG. 20 – NÚMERO DE SERVIÇOS INSCRITOS NO PORTAL DE RÁDIO 2019-2023



No entanto, salienta-se que a amostra analisada neste relatório não corresponde ao total de operadores inscritos no portal das rádios, sendo que nem todos submetem com a regularidade desejável, através da plataforma, os respetivos dados das emissões musicais mensalmente, sendo certo que não estava ainda prevista na Lei da Rádio tal obrigatoriedade.

Não obstante, podemos aferir, pela amostra disponível, indicadores relevantes da tendência panorama musical radiofónico em Portugal.

7.2. OPERADORES LOCAIS

Reportando, de seguida, a análise dos apuramentos semestrais dos operadores locais, no último quinquênio, e comparando os valores do biénio 2022-2023, podemos assinalar o seguinte:

Fig. 21 - Percentagem média por semestre da quota de música portuguesa, nas 24 horas de emissão

Ano	> 25 % ou 30 %		< 25 % ou 30 %	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	99,6 ↑	98,3 ↓	0,5 ↓	1,8 ↑

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 no primeiro semestre do ano anterior em 0,3 pp e menor no segundo, em 1,7 pp, ainda assim, tendo em conta as percentagens apuradas, 99,6 % e 98,3 %, permanecem bastante elevadas.

Fig. 22 - Percentagem média por semestre da quota de 25 % ou 30 % entre as 7 e as 20 horas

Ano	> 25 % ou 30 %		< 25 % ou 30 %	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	98,8 ↓	98,4 ↓	1,3 ↑	1,8 ↑

No que se refere ao período diário de maior audiência, verifica-se um posicionamento mais baixo nos dois semestres comparando os últimos dois anos, em -0,5 pp e -1,6 pp, traduzindo médias de 99,8 % e 98,4 %, da mesma forma, afigurando-se bastante relevante o cumprimento da quota mínima de música portuguesa também nesta faixa horária.

Fig. 23 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão

Ano	> 60 %		< 60 %	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	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 foram homólogas às anteriores, com a totalidade dos operadores da amostra, tal como no ano anterior, a cumprir no segundo semestre do ano a quota definida na lei.

Fig. 24 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa entre as 7 e as 20 horas

Ano	1.º sem		2.º sem	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	99,8 ↑	100,0 ↑	0,2 ↓	0,0 ↓

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 positivo de 0,2 pp, 99,8 %, seguindo-se um bastante positivo em 0,6 pp, face a 2022, tendo em conta a média apurada do segundo semestre, 100,0 %, com a totalidade dos operadores da amostra, também nesta faixa horária, a cumprir a quota definida na lei.

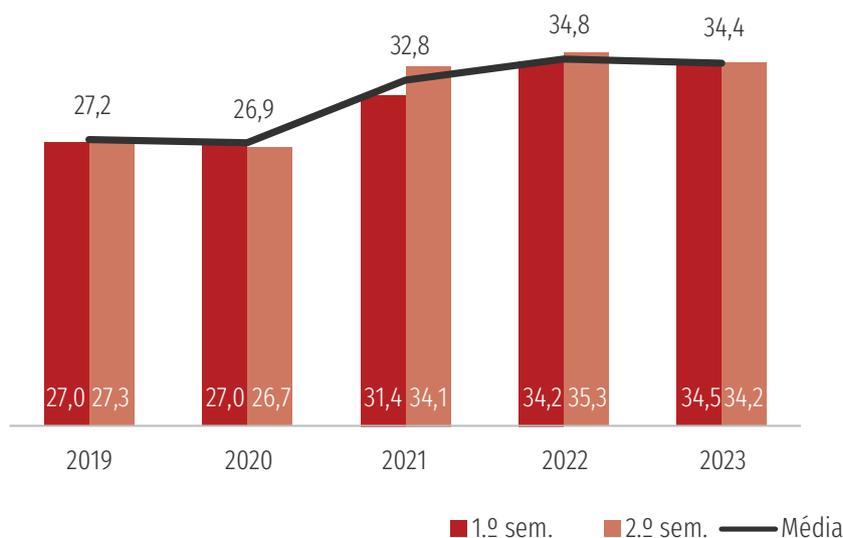
7.3. OPERADOR REGIONAL

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	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	34,5 ↑	34,2 ↓	32,8 ↑	32,6 ↓	78,7 ↓	79,0 ↑	79,8 ↓	80,2 ↓

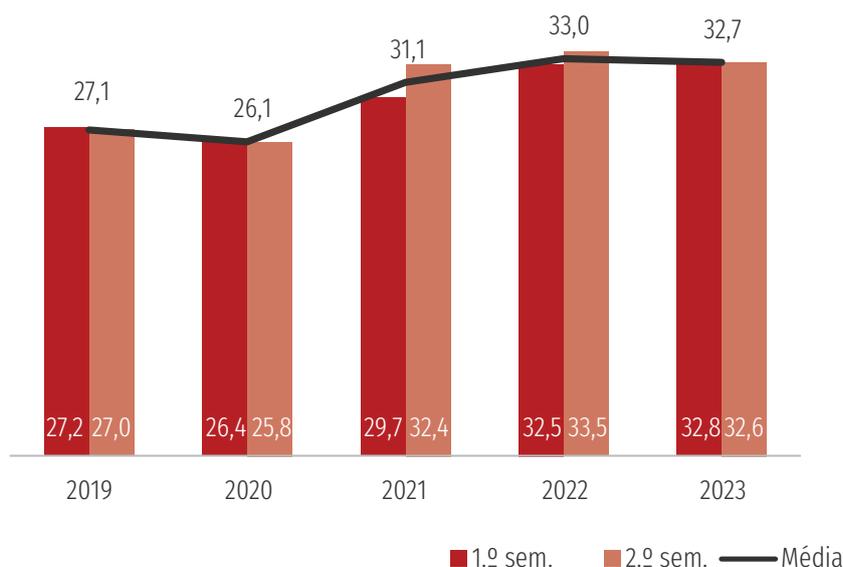
FIG. 26 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



As médias semestrais de música portuguesa difundidas pela M80 nas 24 horas de emissão, comparando o último biénio, demonstram um crescimento de 0,3 pp, e um decréscimo de 1,1 pp, apuradas as médias de 34,5 % e 32,8 %, respetivamente, em cada um dos semestres, ocorrendo no primeiro a mais alta dos últimos cinco anos.

A média anual observada, traduzindo os valores semestrais, posiciona-se no diferencial de -0,4 pp, 34,4 %, ainda assim, superior a 30 %.

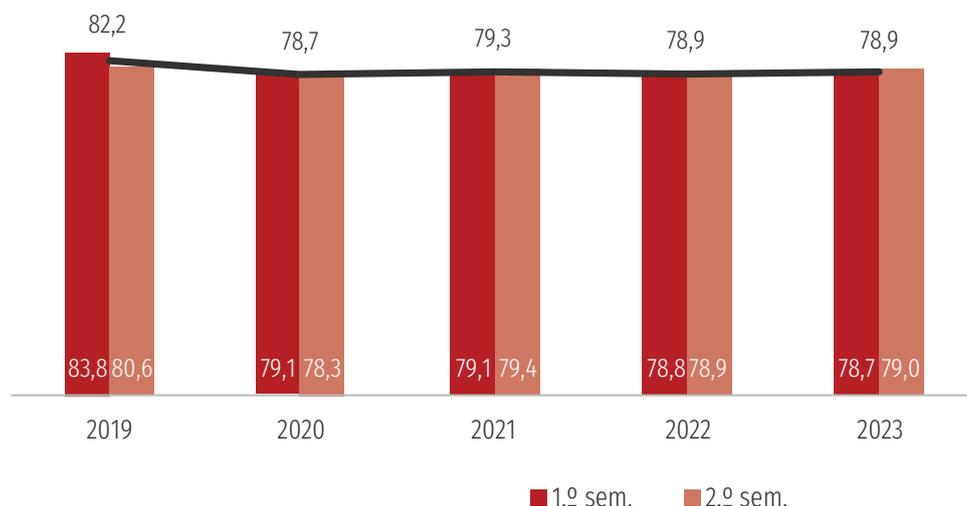
FIG. 27 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA MÚSICA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Do mesmo modo, na faixa horária entre as 7 e as 20 horas, surgem valores superiores aos do primeiro semestre do ano anterior, com diferenciais de 0,3 pp, na média apurada de 32,8 %, a mais alta dos cinco anos, ocorrendo a situação oposta no segundo semestre com -0,9 pp e 32,6 %.

A média anual apurada para 2023 configura, no período entre as 7 e as 20 horas, um valor inferior à do ano transato, menos 0,3 pp comparativamente, situando-se em 32,7 %.

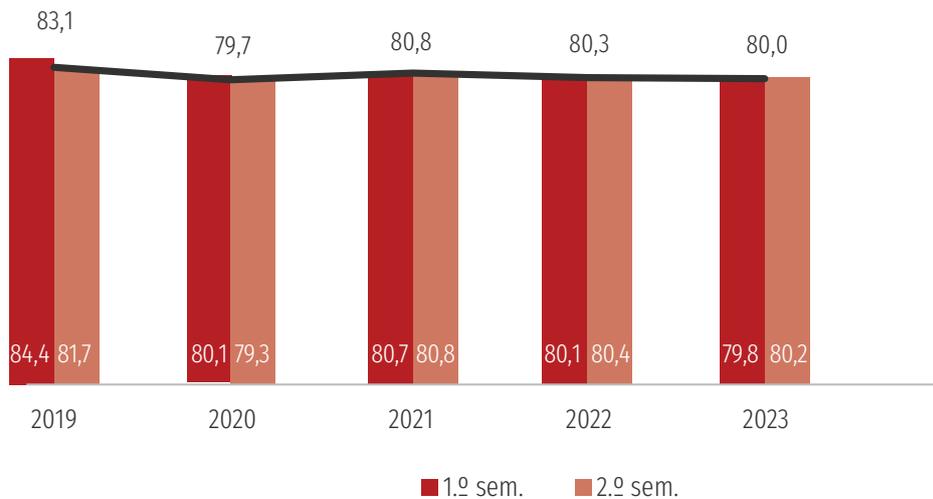
FIG. 28 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE 60 % NAS 24 HORAS DE EMISSÃO



No que importa à percentagem média da quota de 60 % de difusão de música em língua portuguesa, a média anual apurada foi idêntica à do ano anterior 78,9 %.

No primeiro e no segundo semestre de 2023, a média apurada sofreu variações ligeiras 78,7 %, num desvio de -0,1 pp, e 79,0 %, num desvio de 0,1 pp, respetivamente, e em relação ao ano anterior.

FIG. 29 - PERCENTAGEM MÉDIA POR SEMESTRE DA QUOTA DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS



Da mesma forma, no que atende ao período das 7 às 20 horas, a média observada apresenta-se ligeiramente inferior à do ano anterior, 2022, em -0,3 pp, apurada a média de 80 %.

Comparando os valores semestrais do último biênio em períodos homólogos, registou-se uma descida de 0,3 pp e de 0,2 pp, em repercussão de médias de 79,8 % e 80,2 %, 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, com especial atenção nos valores do último biênio:

FIG. 30 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

ANO	RÁDIO COMERCIAL	RFM	RR
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
2023	31,0 ↑	26,9 ↓	32,8 ↓

Em 2023, no que respeita aos serviços de programas de cobertura nacional RFM e RR quanto à difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão, observaram-se valores inferiores aos do ano anterior, tendo a RFM um diferencial negativo de 2,8 pp e uma média anual de 26,9 %, aparecendo como o serviço que regista o valor mais baixo de difusão de música portuguesa.

A RR apresenta o diferencial -4,7 pp, com uma média anual de 32,8 %, ainda assim com o valor mais alto dos três serviços nacionais.

Na Rádio Comercial, a variação é positiva, 2,7 pp no total de 31,0 % de média, ainda assim, superior a 30 %.

FIG. 31 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA NO PERÍODO ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

ANO	R.COMERCIAL	RFM	RR
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
2023	30,4 ↓	27,2 ↓	31,7 ↓

No que respeita ao período das 7 às 20 horas, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa apresentaram-se inferiores no último ano, na Rádio Comercial em 1,5 pp, numa percentagem média de 30,4 %, na RFM -2,0 pp com 27,2 %, e a RR em 4,9 pp, num valor de média anual de 31,7 %, superando as médias observadas nos restantes serviços nacionais.

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

ANO	R.COMERCIAL	RFM	RR
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
2023	85,6 ↑	79,1 ↑	89,5 ↓

Atentos os números supra-apresentados, uma vez mais, podemos aferir que os três serviços de programas nacionais apresentam em 2023 apuramentos de médias anuais mais elevadas de música em língua portuguesa, constatando-se que a Rádio Comercial assinala um diferencial positivo de 1,0 pp, e a média de 85,6 %, a RFM de 2,4 pp, registando a média de 79,1 %.

A RR volta a destacar-se com média mais alta de difusões em língua portuguesa dos três serviços de programas em apreciação, 89,5 %, e uma variação ligeira de -0,4 pp, no entanto, não superando ainda a média de 2020, a mais elevada até agora observada (93,4 %).

FIG. 33 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA ENTRE AS 7 E AS 20 HORAS

ANO	R.COMERCIAL	RFM	RR
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
2023	86,0 ↑	78,1 ↑	90,1 ↑

Ainda no que respeita à programação emitida entre as 7 e as 20 horas, podemos aferir que todos os serviços cresceram face ao ano anterior, a Rádio Comercial 1,2 pp, configurando, uma média de 86,0 %, a RFM 1,5 pp, uma média anual de 78,1 %, a mais alta dos últimos anos, cabendo à RR, tal como em anos anteriores, a percentagem mais relevante dos operadores privados em referência, 0,3 pp e uma média anual de 90,1 % de música em língua portuguesa.

FIG. 34 - PERCENTAGEM MÉDIA ANUAL DE MÚSICA PORTUGUESA RECENTE

ANO	R.COMERCIAL	RFM	RR
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
2023	58,2 ↑	53,8 ↑	37,2 ↑

Por último, também no que se refere à música recente, verifica-se nos serviços nacionais um crescimento dos valores das médias anuais observadas, a Rádio Comercial e RFM, 58,2 %, com uma subida de 2,7 pp, e 53,8 %, 5,3 pp, respetivamente.

A RR, no que respeita à média apurada de música recente, tem dinamizado a promoção da música recente na respetiva programação musical, situando-se em 37,2 %, com uma variação positiva e a mais acentuada até agora, 7,7 pp, bastante superior à quota mínima legal fixada em 35 %.



8. REGIME DE EXCEÇÃO

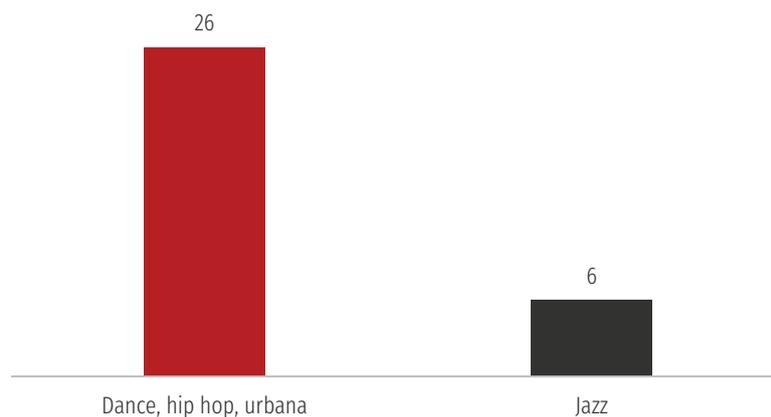
A Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas temáticos musicais cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

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.

Encontram-se registados 65 serviços de tipologia temática musical, sendo que 64 são de cobertura local e um de cobertura regional M80.

De acordo com a aplicação das normas previstas no citado Regulamento, os géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, Hip hop/Rap/Urbana, Infantil, Jazz/Blues Dance e Clássica.

FIG. 35 – 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, 32, dos quais seis direcionaram o projeto musical para a difusão de música Jazz, e os restantes para a música Hip-hop/Rap/Urbana e Dance.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA - SERVIÇO PÚBLICO



1. VISÃO GLOBAL

Em 2023, 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, com valores sempre superiores à quota mínima prevista.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, a quota mensal situou-se acima de 90 % no total da emissão e 80 % no período de maior audiência, ultrapassando em muito aquelas que estão estabelecidas na Lei da Rádio.

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, observa-se na generalidade 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 que na generalidade cumprem ou superam 60 % nos dois períodos horários, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas.

No decorrer de 2023, a Antena 3 assinalou uma quebra na difusão de música recente face à observada em anos anteriores, recuperando a partir do mês de agosto, onde foi apurado o valor mais alto, 66,4 %, 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 este 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.º1, é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

No decorrer do segundo semestre de 2023, foi publicada a portaria n.º 249/2023 de 2 de agosto, que vem alterar a quota mínima de música portuguesa prevista no n.º1 do artigo 41.º da Lei da Rádio, nos termos seguintes:

1. A programação musical dos serviços de programas de radiodifusão sonora é obrigatoriamente preenchida com a quota mínima de 30 % de música portuguesa.
2. A presente portaria entra em vigor no dia 1 de setembro de 2023, produzindo efeitos pelo período de um ano.

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 mínima de 25 % (de janeiro a agosto de 2023) e, de acordo com a portaria em vigor, 30 % (de setembro a dezembro de 2023) de difusão 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 2019-2023.



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 referida plataforma, 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 diferenciais registados entre os períodos analisados são referenciados em pontos percentuais (pp).

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 % e 30 %, 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	80,1	78,8	79,1	80,3	80,0	78,4	77,0	76,7	77,7	78,8	78,8	78,3
7-20h	72,5	70,5	70,9	71,8	71,7	70,9	69,9	69,7	69,7	67,4	66,6	68,7

Em presença dos valores apurados suprarrepresentados, 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 60 %, com máximos nos meses de abril e janeiro, 80,3 %, e 72,5 %, 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 - CORRIGIR PARA EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h		7 - 20h	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	79,5 ↓	77,9 ↓	71,4 ↓	68,7 ↓

No que respeita aos apuramentos semestrais provenientes dos últimos dois anos, ainda respeitantes à difusão de música portuguesa, regista-se decréscimo nas duas faixas horárias face a 2022, não obstante os valores apurados se manterem elevados.

No primeiro e segundo semestres de 2023, tendo como referência os valores apurados no ano anterior, verificam-se descidas de -1,1 pp e -1,3 pp, numa média observada de 79,5 % e 77,9 %, no período das 24 horas de emissão.

Do mesmo modo, no que respeita à faixa horária das 7 às 20 horas, assistiu-se a uma quebra de -1,5 pp e -2,9 pp, atentas as médias observadas de 71,4 % e 68,7 %, 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	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	91,4	91,0	92,1	92,0	90,4	91,2	90,7	91,1	90,7	90,5	91,9	91,4
7-20h	87,6	87,8	89,2	88,8	87,1	87,9	87,1	88,0	87,1	85,4	87,4	88,2

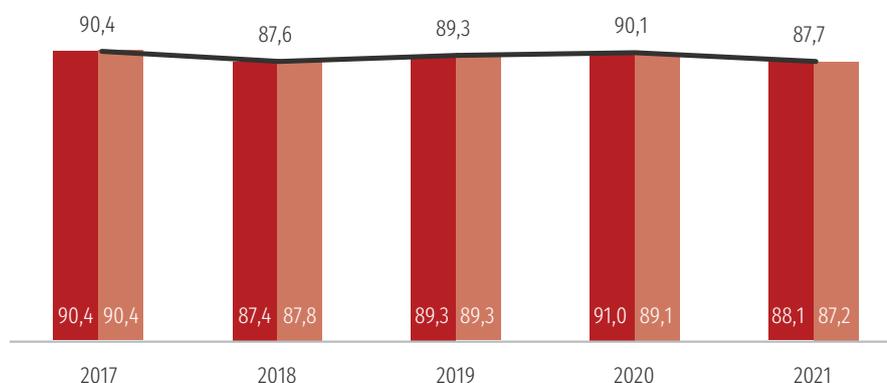
Em 2023, A Antena 1 mantém percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa muito elevadas, com o valor mais alto em março, 92,1 % e 89,2 % tanto nas 24 horas de emissão, como na faixa horária 7-20h.

FIG. 4 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h		7 - 20h	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	91,4	↓	91,1	↓

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 91,4 % e 91,1 %, variando em -1,9 pp e -0,9 pp, apresentando-se ligeiramente mais baixas em 2023.

FIG. 5 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA NO PERÍODO 7-20H (VALORES EM %)



No que respeita à música em língua portuguesa difundida no período de maior audiência, entre as 7 e as 20h, a média anual observada nem 2023 foi de 87,7 % com um ligeiro desvio de -0,2 pp face ao ano precedente, 90,1 %.

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
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
2023	40,9	40,1	43,2	41,7	45,8	39,8	40,0	39,0	41,2	40,3	43,1	41,1

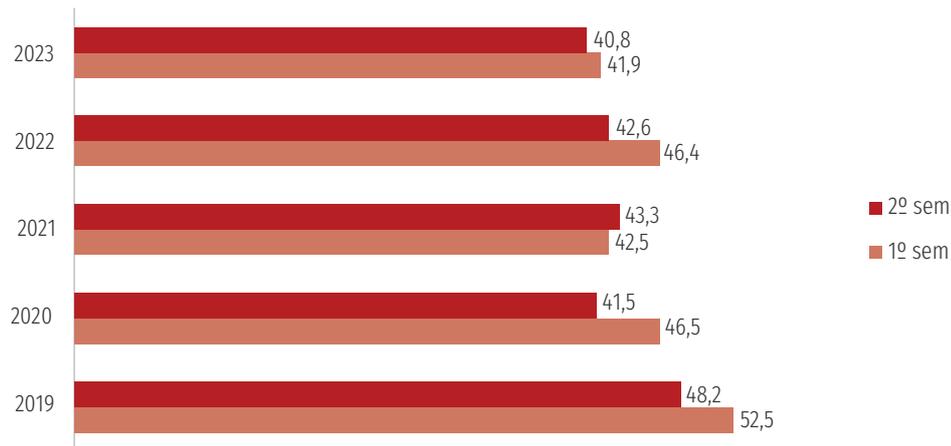
No que importa à música recente, as quotas observadas em 2023, apresentam percentuais superiores ao mínimo estabelecido na LR de 35 %, com maior expressividade no mês de maio, 45,8 %, o que reflete a permanente difusão de obras musicais atuais no primeiro canal do operador de serviço público.

FIG. 7 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h	
	1.º sem	2.º sem
2019	52,5	48,2
2020	46,5	41,5
2021	42,5	43,3
2022	46,4	42,6
2023	41,9	40,8

A análise comparativa do último biénio no que respeita à difusão de música recente indica uma descida de -4,5 pp no primeiro semestre de 2023, com uma média apurada de 41,9 %, e no segundo de -1,8 pp, situando-se a média em 40,8 %.

FIG. 8 EVOLUÇÃO COMPARATIVA - QUINQUÉNIO 2019-2023 (VALORES EM %)



Podemos, no entanto, observar que os apuramentos mais altos de música recente ocorreram ainda no ano 2019, tendo reservado a Antena 1 valores superiores a 50 % de música recente no primeiro semestre desse ano.

5. ANTENA 3

5.1. CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP – Antena 3 –, à semelhança da Antena 1, não encontra na Lei da Rádio nenhuma disposição específica sobre o cumprimento das quotas de música portuguesa. Esta obrigação decorre do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), que na Cláusula 16.ª, alínea b), passou a incluir, desde 2015, a obrigação da difusão da quota mínima de 50 %, nos termos do artigo 41.º, n.º1, da Lei da Rádio.

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.

Desta forma, procede-se à análise, neste ponto do relatório, da obrigação de difusão de uma quota mínima de 25 % /30 % de música portuguesa, esta última a partir de setembro de 2023, mês de entrada em vigor da portaria em referência, no período das 24 horas de emissão e, em simultâneo a observação do cumprimento da quota mínima de 50 % de acordo com as disposições do CCSPRT.

FIG. 9 - DIFUSÃO DE MÚSICA PORTUGUESA - QUOTA DE 25 %/30 % (VALORES EM %)

Período horário	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24h	50,6	51,2	50,7	50,0	50,6	49,3	54,4	56,6	55,7	56,7	58,9	58,0
7-20h	50,4	50,6	50,6	49,9	50,7	49,2	54,1	56,1	54,8	55,8	57,6	57,4

Conforme demonstram os valores apresentados na figura anterior, a Antena 3, no período das 24 horas de emissão e das 7-20h, assinalou, na generalidade do ano de 2023, quotas de difusão de música portuguesa superiores a 50 %, não obstante apresente ligeiros desvios da quota mínima prevista no CCSPT nos meses de abril e junho, o que se ficou a dever a questões técnicas devidamente fundamentadas pelo operador.

O mês de novembro registou as percentagens mais altas de difusão de música portuguesa, 58,9 % e 57,6 % em cada um dos períodos horários analisados, prosseguindo o mesmo perfil ao longo de todo o segundo semestre, com a incorporação de percentagens maioritárias de música portuguesa.

FIG. 10 - EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h		7 - 20h	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	50,4 ↓	56,7 ↑	50,2 ↓	56,0 ↑

No que respeita aos valores semestrais apurados no quinquénio em referência, podemos constatar que a Antena 3, no primeiro semestre do ano revelou uma descida no período das 24 horas de emissão e no período 7-20h, com uma variação de -1,3 pp e -2,1 %, resultando nas médias observadas de 50,4 % e 50,2 %, respetivamente.

Pelo contrário, no segundo semestre do ano, foram crescentes os valores apurados nos dois períodos horários em análise, com variações de 6,3 pp e 5,3 pp, e com a média observada de 56,7 % e 56,0 %, respetivamente.

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	70,9	68,7	67,2	68,6	69,0	69,0	46,9	61,4	49,0	61,6	62,2	74,9
7-20h	71,8	68,8	67,2	68,5	69,0	68,9	47,3	64,6	54,4	65,3	63,1	75,7

No que importa ao apuramento da quota de música em língua portuguesa, a Antena 3 manteve, na maior parte do ano, a quota superior a 60 % destas difusões musicais, em pleno cumprimento e mesmo excedendo o valor previsto na lei.

Os desvios que se verificaram nos meses de julho e setembro derivaram de questões técnicas pontuais de gestão do *software* utilizado pela rádio.

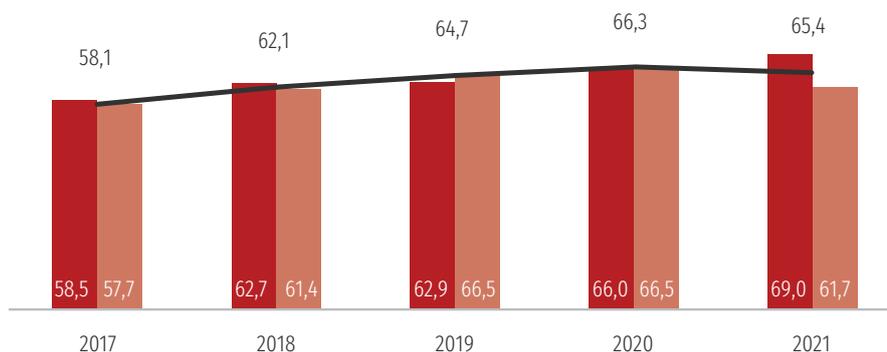
Conforme demonstra a figura anterior, o mês de dezembro expressa o valor mais significativo do ano, 74,9 % e 75,7 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período de maior audiência, das 7 às 20 horas.

FIG. 12 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h		7 - 20h	
	1.º sem	2.º sem	1.º sem	2.º sem
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
2023	68,9 ↑	59,3 ↓	69,0 ↑	61,7 ↓

Cotejados os valores apurados, no último biênio de música em língua portuguesa verificou-se, na Antena 3, no primeiro semestre do último ano, no período das 24 horas, uma subida nos valores registados na ordem de 2,5 pp e 3,0 pp, e as médias de 68,9 % e 69,0 %. No entanto, no período de maior audiência, decresceram os valores aqui registados, nas variações de -7,0 pp e -4,8 pp, resultando nas médias observadas de 59,3 % e 61,7 %.

FIG. 13 – GRÁFICO COMPARATIVO DO QUINQUÊNIO 2019-2023 NO PERÍODO 7-20H (VALORES EM %)



Conforme ilustra a figura anterior, a média anual de difusão de música em língua portuguesa apurada em 2023 resulta inferior à do ano anterior, 65,4 %.



5.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

O serviço de programas 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 música portuguesa 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
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
2023	58,1	58,0	54,8	55,4	57,7	55,8	55,0	66,4	56,2	64,0	61,1	57,7

Embora se assinale uma quebra em alguns meses do ano na difusão de música recente face à observada em anos anteriores, os valores supra-identificados permitem concluir que a difusão de música portuguesa recente neste serviço de programas é bastante elevada, assinalando agosto o valor mais alto, 66,4 %.

Esta é uma tendência evidente que se mantém de anos anteriores, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35 %.

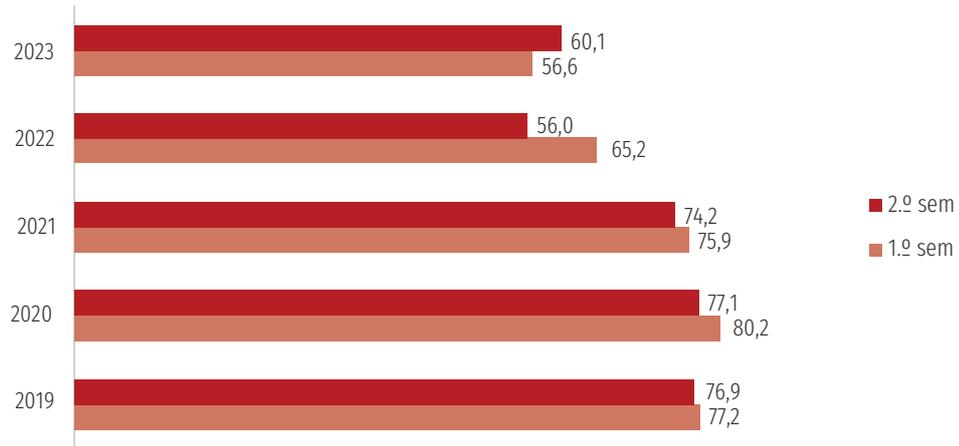
Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, mantendo-se a notória relevância da música enquadrável na linha musical e editorial da Antena 3, direcionada a um público mais jovem e na promoção de novos talentos artísticos nacionais.

FIG. 7 – EVOLUÇÃO COMPARATIVA 2019-2023 (VALORES EM %)

Ano	24h	
	1.º sem	2.º sem
2019	77,2	76,9
2020	80,2	77,1
2021	75,9	74,2
2022	65,2	56,0
2023	56,6	60,1

Como já foi possível constatar, tendo presentes as quotas semestrais apuradas no último biénio, ocorreu uma quebra no primeiro semestre no que se refere à difusão de música recente no total da emissão da Antena 3, com uma variação de -8,6 pp face ao período homólogo anterior, com uma média observada de 56,6 %. No entanto, no segundo semestre, a situação foi inversa, verificando-se uma subida de 4,1 pp face ao ano anterior, aferindo uma média de 60,1 %, mantendo o perfil da rádio bastante expressivo no que atende à música nova.

FIG. 16 – GRÁFICO COMPARATIVO DO QUINQUÊNIO 2019-2023 (VALORES EM %)



A figura acima permite ilustrar a variação ocorrida na difusão de música recente da Antena 3, nomeadamente no segundo semestre de 2023 que, ainda assim, se situou na ordem dos 60 % do total da sua programação musical.

The background features a light gray, wavy, grid-like pattern that flows across the page. Two thin, vertical red lines are positioned on the left and right sides, framing the central text.

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 2023 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 2023.

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.

Tratando-se de um serviço de programas generalista, a CMTV também está vinculada ao compromisso de providenciar uma oferta televisiva diversa e plural, razão que justifica a decisão de analisar a sua programação de forma sistemática desde 2018.

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, como no passado, que os dados recolhidos relativamente à frequência de programas não seriam suficientemente fidedéveis, optando-se por não apresentar o indicador “número de programas”.

No total dos seis serviços de programas analisados, foram contabilizadas:

- RTP1 - 7077h42m03s de emissão, correspondentes a 6828 programas;
- RTP2 - 8436h27m38s, correspondentes a 31 346 programas;
- SIC - 6650h50m18s de emissão, correspondentes a 6532 programas;
- TVI - 6471h25m39s, correspondentes a 6692 programas;
- CMTV - 7414h14m05s;
- RTP3 - 8353h06m59s, correspondentes a 14 684 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

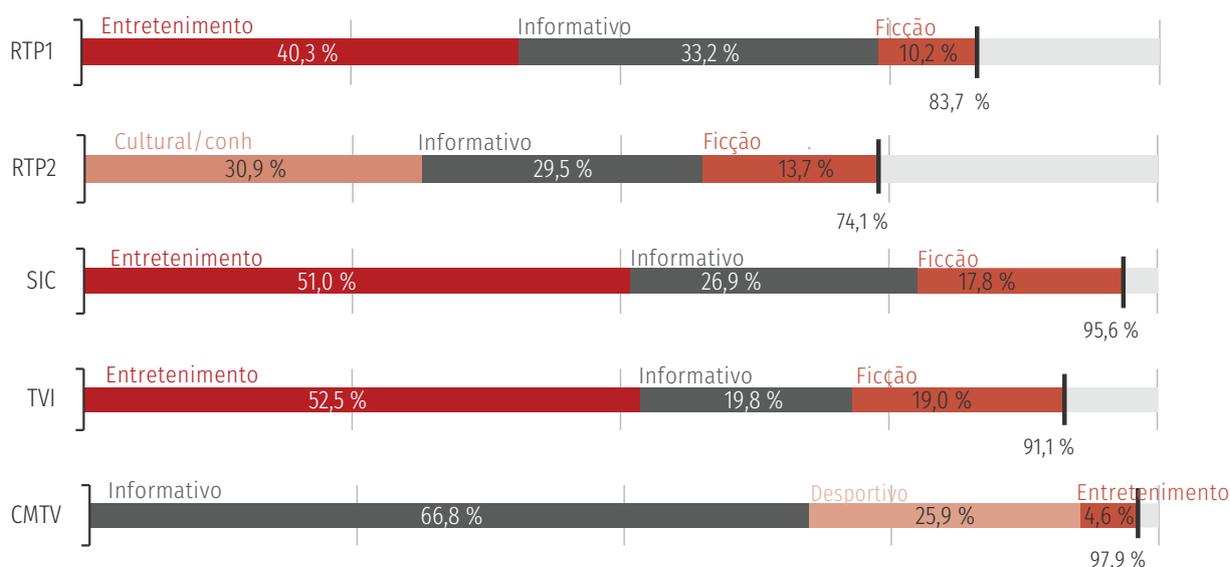
RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV⁴

- 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 2023.

FIG. 1 - MACROGÉNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO), POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)



N= 7077H42M03S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP1); 8436H27M38S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA RTP2); 6650H50M18S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA SIC); 6471H25M39S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA TVI); 7414H14M05S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA CMTV).

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 2023, a RTP1 exibiu um total de 6828 programas, que perfizeram 7077h42m03s de emissão, distribuídos por 30 géneros da grelha utilizada na presente análise.

Em termos horários, os formatos de *entretenimento* (40,3 %) foram os mais representados na RTP1, seguidos de perto pelos conteúdos de *informação* (33,2 %). 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 2023, 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 “Natal dos Hospitais”, “Casamentos de Santo António” entre outros.

É ainda de assinalar o programa de *entretenimento* “Missão: 100% Português”, 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.

⁵ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

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 23 filmes de produção nacional.

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 2023, a RTP2 exibiu um total de 31 346 programas, que perfizeram um total de 8436h27m38s de emissão, repartidos por 29 géneros da grelha de análise da ERC.

São os programas *culturais/conhecimento* (30,9 %) que mais se destacam, em tempo de emissão, na programação do segundo canal do operador público de televisão, seguidos pelos *infantis/juvenis* (29,5 %) e os programas de *ficção*, em terceiro lugar (13,7 %).

O quarto macrogénero mais expressivo, em volume horário, é o dos programas de *informação* (11,6 %).

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 2023 foram “Mães: Amor e Vida”, “Inesquecível” e “Alice”. De salientar a presença de 13 séries de produção nacional, um número bastante reduzido face ao total de séries exibidas (1055).

⁶ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

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 (1,9 %) 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. Em 2023, os programas de *transmissão desportiva* foram, na RTP2, os de maior expressão, em volume horário, neste macrogénero (85,4 %).

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.

SIC

- 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**.⁷

Em 2023, a SIC exibiu um total de 6532 programas. Foram identificados 23 géneros televisivos. No total do ano, os programas perfizeram uma duração de 6650h50m18s 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 – 95,6 % – se cingiu à exibição de programas classificados em três *macrogéneros*: *entretenimento*, informativo e *ficção*. Ainda assim, é de notar que a maior fatia de tempo é ocupada pelo *entretenimento*, 51 %, e que, à *informação* e à *ficção*, é dedicado um tempo de emissão menor, respetivamente 26,9 % e 17,8 %.

Ao analisar a diversidade de programação do canal tendo por base o nível mais específico de classificação dos programas (isto é, os *géneros*), considerando o tempo que lhes foi dedicado no global do ano, repete-se a prevalência de três géneros: os *talk shows*, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas* e que, no seu conjunto, representaram 61,4 % do tempo global da programação da SIC em 2023. De notar que há um destaque dos *talk shows*, que preencheram 25,3 % do tempo global, seguidos dos *serviços noticiosos*, com 22,7 %. Os episódios das treze *telenovelas* exibidas ao longo do ano continuaram em terceiro lugar, com 13,5 % da duração.

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”, com várias edições especiais, concentrou 41,7 % do tempo global do género. “Júlia”, por sua vez, ficou com 24,5 %. O “Alô Portugal” atingiu 19,3 % do tempo total do género *talk show*.

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 (576h10m11s), alcançando uma duração total superior ao “Primeiro Jornal” (489h16m33s). Próximo surge o “Manhã SIC Notícias”, com 345h40m25s. O “Edição da Manhã” preencheu os restantes 98h10m49s do género.

Os restantes 21 géneros identificados equivalem a 38,6 % do tempo global da programação da SIC em 2023.

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 2023, a TVI exibiu um total de 6692 programas, correspondendo a um universo de 6471h25m39s de emissão, distribuídos por 23 géneros televisivos, ainda que alguns desses tenham uma expressão meramente residual.

Ao analisar a diversidade de programas da grelha da TVI em 2023, verifica-se que mais de metade do tempo de programação (52,2 %) foi dedicado ao *entretenimento*. Em segundo e terceiro lugar surgem os *macrogéneros informativos* e *ficção*, aos quais foi reservada, respetivamente 19,8 % e 19,0 % do tempo de programação. Isto significa que 91,1 % do tempo de programação do ano foi ocupado por esses três *macrogéneros*, o que desde logo indicia uma sub-representação da restante programação na grelha da TVI.

Na desagregação por géneros, relativamente ao tempo de programação, os programas mais destacados são os *talk shows*, com 22,3 % das horas anuais de programação, seguido pelos *serviços noticiosos* com 18,3 % e pelas *telenovelas* com 16,7 %. Os *reality shows* surgem como quarto género, com 10,7 % do tempo de programação (embora este valor não traduza a sua expressão real na grelha, sendo relevante considerar que os conteúdos relacionados com *reality shows* se encontram dispersos por programas classificados noutros géneros).

Atendendo ao número de episódios exibidos, aqueles géneros continuam a ser os mais representados, ainda que com outra ordenação. Em primeiro lugar surgem as *telenovelas* (que representaram 23,9 % do total de programas transmitidos), seguindo-se os *serviços noticiosos* (16,4 %). Os *reality shows* sobem este ano para a terceira posição, com 12,1 %, mas são seguidos de muito perto pelos *talk shows*, que representam 12,0 % dos programas exibidos.

Com uma duração total relevante (9,0 %), merece ainda destaque o género de *infotainment*, preenchido sobretudo pelo programa “Esta Manhã” (quanto ao número de programas, este género tem uma expressão inferior, que não o coloca entre os géneros predominantes).

Por comparação com aqueles cinco géneros, os restantes 18 estão assim subrepresentados na programação da TVI, muitos deles tendo apenas uma expressão residual.

⁸ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).



CMTV

- As linhas gerais da programação assentam na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento.⁹

Em 2023, a CMTV exibiu um total de 7414h14m05s de programação televisiva, repartidas por seis macrogêneros e 17 gêneros distintos.

Na distribuição do tempo de programação por macrogêneros, a CMTV continua a mostrar preferência pelos conteúdos *informativos* (66,8 %), seguindo-se os *desportivos* (25,9 %).

Uma vez que os *informativos* e os *desportivos* perfazem mais de nove em cada dez horas de programação da CMTV, as restantes categorias apresentam totais residuais.

Os programas de *entretenimento* representam 5,1 % do tempo de emissão, os programas de *cultura/conhecimento* 1,1 %, a *ficção* 1,0 % e os *institucionais* 0,02 %.

De entre as categorias menos assíduas nas grelhas de emissão da CMTV, regista-se que a programação de *entretenimento* é assegurada quase exclusivamente por *talk shows* (97,3% da duração da macro categoria), com programas como “Manhã CM” e “Noite das Estrelas”, exibidos nos períodos horários que constam da sua designação.

Uma análise mais fina dos gêneros televisivos mostra que mais de metade das horas anuais de programação da CMTV correspondem a *serviços noticiosos* (57,1 %), um cenário sem igual no panorama televisivo generalista nacional.

O comentário desportivo é o segundo gênero mais destacado nas grelhas de programação da CMTV (17,2 %), deixando a reportagem na terceira posição com menos de metade das horas de emissão (6,5 %).

O desporto volta a surgir na quarta posição, com a *informação desportiva* a conseguir 5,6 % das horas de emissão. Não muito longe, um gênero de *entretenimento – talk shows –* representa 5,0 % das 7414h14m05s de programação anual da CMTV.

Os restantes gêneros têm uma expressão mais residual nas grelhas de emissão da CMTV.

A distribuição por período horário mostra que os blocos de notícias são praticamente dominantes nas manhãs da CMTV, em que totalizam 87,2 % da duração dos programas exibidos nesse horário. Nas tardes e no horário nobre (ver análise mais aprofundada seguidamente) continuam a imperar, mas com menor impacto: 63,1 % e 65,7 %, respetivamente. A partir das 23h é o *comentário desportivo* que mais se destaca (52,2 %).

Em termos de período semanal, não há grandes diferenças entre a programação dos dias de semana e dos fins de semana. O *serviço noticioso* é o gênero com maior carga horária em ambos os períodos (55 % e 62,4 %, respetivamente), seguindo-se o *comentário desportivo* (17,9 % e 15,5 %) e, agora com diferenças, a *informação desportiva* de segunda a sexta-feira e a *reportagem* aos sábados e domingos.

Nas diferenças entre opções de programação nota-se, por exemplo, que os *filmes/telefilmes* são exibidos apenas nos fins de semana e que os programas de *comentário* (exclui os temas ligados ao desporto, que têm categoria própria) são opção dos dias úteis. Identifica-se, neste caso, o programa “Rua Segura”, exibido nas tardes da CMTV.

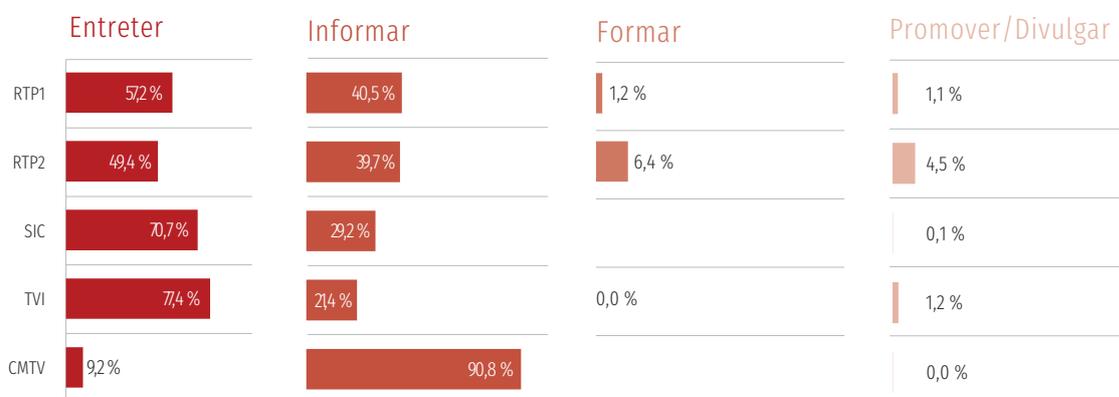
⁹ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).



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 2023, foca-se nas funções predominantes associadas aos géneros exibidos.

FIG. 2 - FUNÇÕES DA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA (DURAÇÃO), POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)



N= 7077H42M03S (duração total dos programas exibidos pela RTP1); 8436H27M38S (duração total dos programas exibidos pela RTP2); 6650h50m18s (duração total dos programas exibidos pela SIC); 6471H25M39S (duração total dos programas exibidos pela TVI); 7414H14M05S (DURAÇÃO TOTAL DOS PROGRAMAS EXIBIDOS PELA CMTV).

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- **Informação, formação e entretenimento** do público;¹⁰

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 2023, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas do volume horário (57,2 %). Nesta função que, em volume horário, soma 4049h07m12s de emissão, o *género* que mais sobressai (correspondente a mais 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 2.ª a 6.ª 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 “Porquinho Mealheiro”. Segue-se o género de *variedades*, sobretudo com o programa “Aqui Portugal”, emitido nos períodos da manhã e tardes de sábado e domingo, com 9,1 % do total de horas de programação associada à função *entreter*. Ligeiramente abaixo, as *séries* com 6,4 % das horas de programação associadas a esta função. Os restantes géneros com uma presença expressiva no conjunto de programas destinados a *entreter* são *espetáculos*, *filmes/telefilmes*, *telenovelas* e *transmissões desportivas*.

Quanto à função *informar*, com 2863h55m50s anuais (40,5 %), o género com maior extensão horária (cerca 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 76h18m06s, corresponde maioritariamente a programas *religiosos* (que representam cerca de nove 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 e pelo programa “Muda num minuto”.

Na função *formar*, com 88h20m55s de emissão total (1,2 %), 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-contendor “Zig Zag”; o restante tempo de programação corresponde a programas de cultura e conhecimento, nos géneros *humanidades* e *educativo*.

RTP2

Em 2023, a função *entreter* lidera novamente na grelha de programas (49,4 %). Nesta função que, em volume horário, soma 4169h05m49s de emissão, a maior parcela corresponde a *desenhos animados* e a segunda a *séries de ficção*.

Das 3347h39m30s anuais de programas com a função principal de *informar* (39,7 %), a maior parcela corresponde a *documentários*. Em segundo lugar estão os *magazines informativos* e em terceiro os *serviços noticiosos*.

A função *formar* é a terceira mais expressiva em tempo de programas (6,4 %), a grande distância das duas primeiras, com 539h17m28s. 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 380h24m51s, 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 “A 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 *entreter* (presente em 70,7 % do tempo global do ano, isto é, 4702h50m56s) associada aos programas exibidos pela SIC, em 2023, resultou do predomínio dos *talk shows*, o género de programas com mais horas. Embora com uma representação mais reduzida, também contribuem para duração total dos programas com a função de *entreter*, 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 2023, correspondente a 29,2 % do tempo global do ano, ou seja, 1944h00m48s. Nesta função, identificaram-se, em 2023, programas de oito géneros televisivos: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *edição especial*, *resumo desportivo*, *informação desportiva*, *ciência*, *documentário* e *informação cultural*.

A função de *informar* continua a ser realizada sobretudo através dos três *serviços noticiosos* diários da SIC (“Jornal da Noite”, “Primeiro Jornal” e “Manhã SIC Notícias”) que, no seu conjunto, representaram 72,6 % do tempo global dedicado à função de *informar*.

A proporção do género *magazine informativo*, com 255 horas, ou seja, 3,8 % do global da emissão do operador, resulta em grande medida das 265 edições do programa “Linha Aberta”, correspondentes a mais de 209 horas, como um conteúdo de informação.

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 2023, ocupando 0,1 % da duração total, correspondentes a 03h58m34s, através de 7 edições dos programas “Sementes do Futuro” e “É Bom Fazer o Bem” (ligado à marca *Skip* e apresentado por Carolina Patrocínio).

TVI

Das horas de programação difundidas pela TVI em 2023, 77,4 % (5009h47m23s), estão associadas a programas cuja função dominante é *entreter*. Os programas que privilegiam a função *informar* representaram 21,4 % do total das horas de programação (correspondentes a 1387h08m27s). Os programas com as funções de *promover/divulgar* tiveram uma presença marginal, com apenas 1,2 % do volume de horas de transmissão, respetivamente. Na grelha da TVI de 2023, não foram identificados programas com a função dominante de *formar*.

Observando a diversidade de géneros em que predomina a função *entreter*, identificam-se 14 géneros distintos, sendo de notar que, entre si, registam pesos relativos muito díspares. Com efeito, os *talk shows*, as *telenovelas* e os *reality shows* são os géneros com expressão mais destacada: seja em duração ou em número de programas, a soma dos três géneros corresponde a quase dois terços da programação exibida pela TVI com a função de *entreter* (somando, em ambos os indicadores, 64,2 %). Analisando a importância relativa destes três géneros, em volume de horas, os *talk shows* surgem em primeiro lugar, representando perto de um terço da duração total da função *entreter*, seguidas pelas *telenovelas* e, a maior distância, pelos *talk shows*. Quando observado o número de edições de programas transmitidos ao longo do ano, as *telenovelas* sobem para primeiro lugar (ultrapassando um terço dos programas dedicados a *entreter*), enquanto os *reality shows* ultrapassam os *talk shows*, passando para segundo lugar, ainda que com uma diferença pouco expressiva.

A função *informar* é assegurada por programas classificados em oito géneros, embora os *serviços noticiosos* justifiquem 85,2 % das horas de emissão associada a esta função. Em número de programas, a concentração verifica-se também nos *serviços noticiosos*, que representam sete em cada dez programas exibidos pela TVI com a função *informar*.

Relativamente à função *promover/divulgar*, são as transmissões de celebrações religiosas católicas que mais contribuem para o tempo de programação (96,8 %), com a programação *institucional* a representar uma fatia minoritária. Em número de programas, verifica-se uma distribuição mais equilibrada, com os *institucionais* a ascender a 43 % dos programas exibidos com esta função.

| CMTV

No ano de 2023, a programação da CMTV distribui-se por três funções: *informar*, *entreter* e *promover/divulgar*.

Informar destaca-se como função hegemónica no universo das 7414h14m05s de programação da CMTV, ultrapassando nove em cada dez horas de emissão (90,8 %). Surge associada a programas dos macrogéneros: *informativo* (66,8 %), *desportivo* (22,9 %) e *cultural/conhecimento* (1,1 %).

Entreter (9,2 %) é a segunda função identificada como prevalecte nos conteúdos da CMTV, mas a larga distância da função cimeira. Ganha expressão em programas de *talk show*, *transmissões desportivas*, *filmes/telefilmes*, *humor* e outros géneros não especificados.

A função *promover/divulgar* é residual, constituindo apenas 01h32m08s de emissão anual de programas classificados como *institucionais* (0,02 %), com os títulos “Aqui, Jogas em Casa” e “Transformar Vidas”.

Em 2023, a função *formar* continua ausente da programação da CMTV.



DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE HORÁRIO NOBRE (20H00-23H00)

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV¹²

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**;

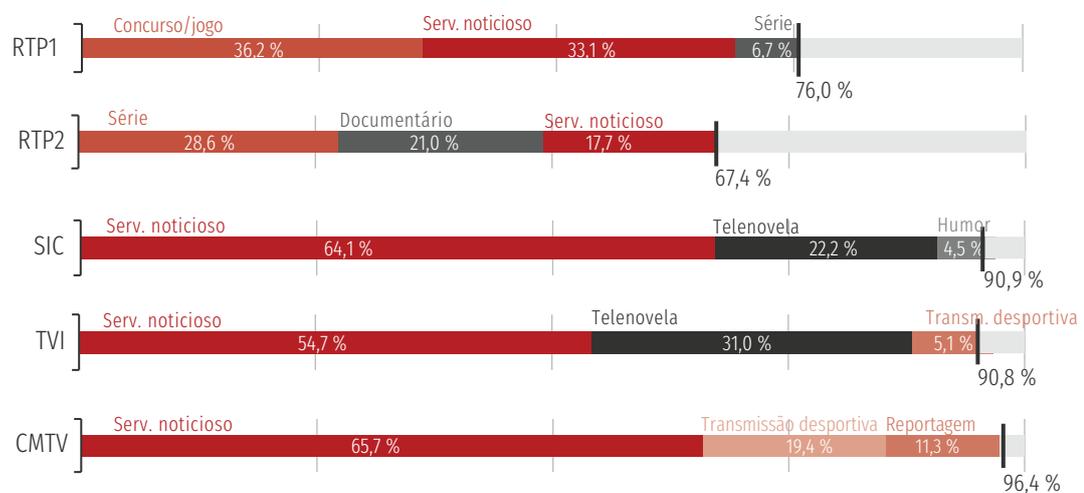
SIC e TVI¹³

- **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 (2023)



N= 1006H23M09S (duração total da programação exibida em horário nobre pela RTP1); 1044H03M58S (duração total da programação exibida em horário nobre pela RTP2); 888H12M43S (duração total da programação exibida em horário nobre pela SIC); 901H50M11S (duração total da programação exibida em horário nobre pela TVI); 712H59M00S (duração total da programação exibida em horário nobre pela CMTV).

¹² Obrigação decorrente da LTSAP, artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

¹³ 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 18 géneros.

No ano em análise, os programas de *concurso/jogo* foram o género com maior tempo total de emissão no *horário nobre* da RTP1 (36,2 %), seguindo-se o *serviço noticioso* (33,1 %), correspondente à exibição do “Telejornal”. A grande distância, o terceiro género com maior expressão em *horário nobre* foram as *séries* (6,7 %). Juntos perfazem 76 % 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. Observa-se a presença da função *promover/divulgar*, porém com expressão marginal.

RTP2

Neste período horário, os programas emitidos pela RTP2 foram repartidos por 20 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* (28,6 %), programas de *documentário* (21 %) e *serviços noticiosos* (17,7 %).

Com expressão relevante, surgem ainda os programas de *espetáculo*, de *desenho animado*, *artes e media*, *informação cultural* e *transmissão desportiva*; 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 *informar* (49,6 %) e *entreter* (47 %). Para a função *entreter*, concorrem sobretudo as *séries* e *desenhos animados* exibidos neste horário; para a função *informar*, contribuem não só os *documentários* como os *serviços noticiosos*.

SIC

Em *horário nobre*, verifica-se que a programação exibida pela SIC em 2023 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 (64,1 % do tempo dos programas de *horário nobre*). A *telenovela* também se manteve como segundo género mais destacado em volume de horas, mas em 22,2 %.

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”, “Patrões Fora”, “Tabu” e “Terra Nossa” corresponderam ao terceiro género mais representado no *horário nobre* da SIC (4,5 %), ainda que com valores muito próximos do género imediatamente abaixo: *concursos/jogos* (3,9 %). As *transmissões desportivas* (2,7 %), na maioria das vezes aos dias úteis, contribuem para completar os géneros identificados no *horário nobre* ao longo de 2023, enquanto outros

gêneros de *entretenimento*, como os *reality shows*, as *séries*, e *filmes/telefilmes* 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, 64,4 % e 35,6 % 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 *telenovelas* exibidas em 2023 pela SIC: “Sangue Oculto” e “Papel Principal” (em conjunto, ocuparam 20,7 % do tempo de programação exibida em *horário nobre*).

Confirma-se a ausência de programas com a *função formar* e *promover/divulgar* durante o *horário nobre*.

| TVI

Em 2023, a grelha de *horário nobre* da TVI contou com a presença de programas classificados em nove gêneros. No entanto, tal como sucede na análise da diversidade da programação global deste serviço de programas, a análise detalhada dos indicadores revela que, também no *horário nobre*, apenas um conjunto muito restrito de gêneros tem expressão relevante.

Efetivamente, a programação deste horário é dominada pela transmissão do *serviço noticioso* “Jornal Nacional” (que, a partir de 20 de fevereiro, substituiu o “Jornal das 8”) e das *telenovelas* “Festa é Festa” e “Queridos Papás”, que praticamente preencheram este período horário. Juntos, os dois gêneros representam 85,6 % do volume de programação exibida nesta faixa horária e 87 % do total de edições/episódios exibidos nesse período.

Abaixo daqueles, os *reality shows* são o terceiro gênero de programas que ocupou mais horas do *horário nobre* (5,1 %), com diversos *reality shows* (“O Triângulo”, “Big Brother”, “A Ex-Periência”, “Casamento Marcado”). Em quarto lugar, praticamente *ex-aequo* com os *reality shows*, surgem as *transmissões desportivas* (5,1 %), o que se deveu maioritariamente aos jogos de futebol da Liga dos Campeões.

Os restantes cinco gêneros de programas identificados nesta faixa horária têm uma representação limitada.

Nesta faixa horária, os programas exibidos pela TVI em 2023 centraram-se em apenas duas das funções da programação – *entreter* (62,2 %) e *informar* (37,8 %). A *função entreter* apresenta maior diversidade de gêneros; já o volume horário da *função informar* corresponde à emissão de um gênero, o *serviço noticioso*.

| CMTV

Em 2023, seis categorias de gêneros televisivos preenchem o denominado *horário nobre* da CMTV, com destaque para os *serviços noticiosos*, que somam 468h42m13s de emissão e representam 65,7 % do tempo. O “Grande Jornal - Noite” é o título mais marcante.

As *transmissões desportivas* ocupam o lugar seguinte, abeirando-se de um quinto das horas de programas deste horário específico (19,4 %).

Reportagem (11,3 %), *comentário desportivo* (3,1 %), *edições especiais* de informação (0,4 %) e *informação desportiva* (0,1 %) complementam o horário.

Em face dos resultados, a *função informar* (80,6 %) é preponderante na programação de *horário nobre* da CMTV. As *transmissões desportivas* são a exceção, cumprindo a *função entreter* (19,4 %).

Apenas dois géneros televisivos – *serviço noticioso* e *transmissão desportiva* – preenchem mais de 85 % do volume do *horário nobre*. Somando a estes dois géneros o tempo de emissão de programas de *reportagem* como “Investigação CM”, “Investigação Sábado”, “Doa a quem doer” e “Reportagem CM”, a carga horária sobe para 96,4 %.

A distribuição nas grelhas semanais revela o peso dos *serviços noticiosos* nos dois períodos da semana. Seja nos dias de semana, seja nos fins de semana, os *serviços noticiosos* ultrapassam 60 % da duração total dos programas exibidos em *horário nobre* (67,1 % e 62,3 %, respetivamente).

Se, entre segunda e sexta-feira, aos *serviços noticiosos* se seguem os programas de *reportagem* e as *transmissões desportivas* com durações não muito distantes entre si (15,5 % e 12,6 %, respetivamente), aos sábados e domingos estas mesmas *transmissões desportivas* quase que triplicam o seu tempo de emissão passando a representar 36,9 % da duração dos programas, o que agrava a desequilíbrio relativamente aos poucos géneros que também se identificam no *horário nobre*.

Os dados apurados revelam, assim, falta de diversidade na oferta televisiva no *horário nobre* da CMTV, agudizada aos fins de semana.

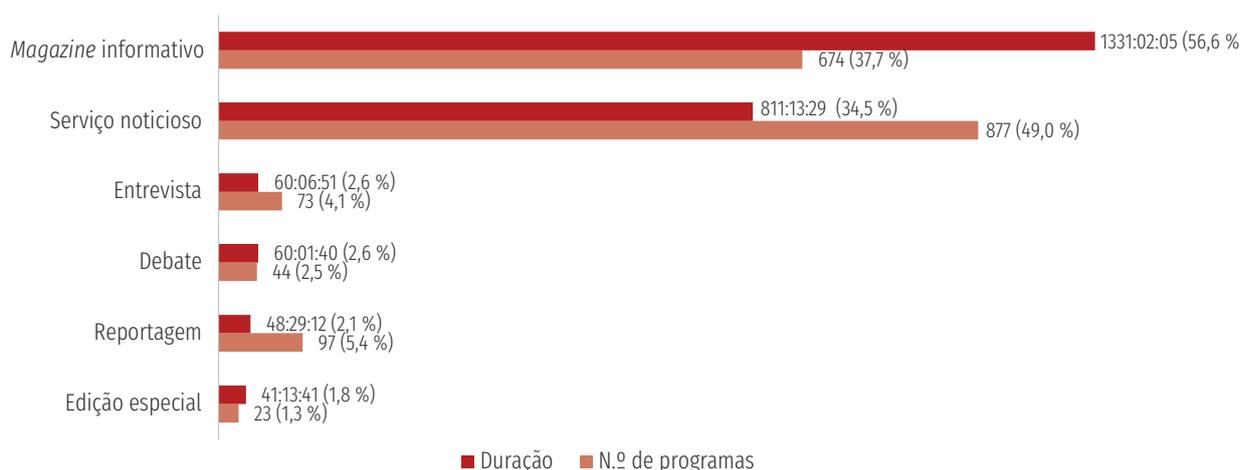


DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

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.¹⁴

FIG. 4 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP1 (2023)



N=2352h06m58s (N.º total de horas de emissão de informativos); N=1788 (N.º total de programas informativos)

Os conteúdos *informativos* representaram, como se referiu acima, 33,2 % 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 877 edições de *serviços noticiosos*, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,4 por dia). Considera-se adequado incluir na noção de noticiário os

¹⁴ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

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 44 edições de debates e 73 entrevistas emitidas em 2023, 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” e “Primeira Pessoa” 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 42 edições do *magazine informativo* “Europa Minha”, num total de 14h21m.

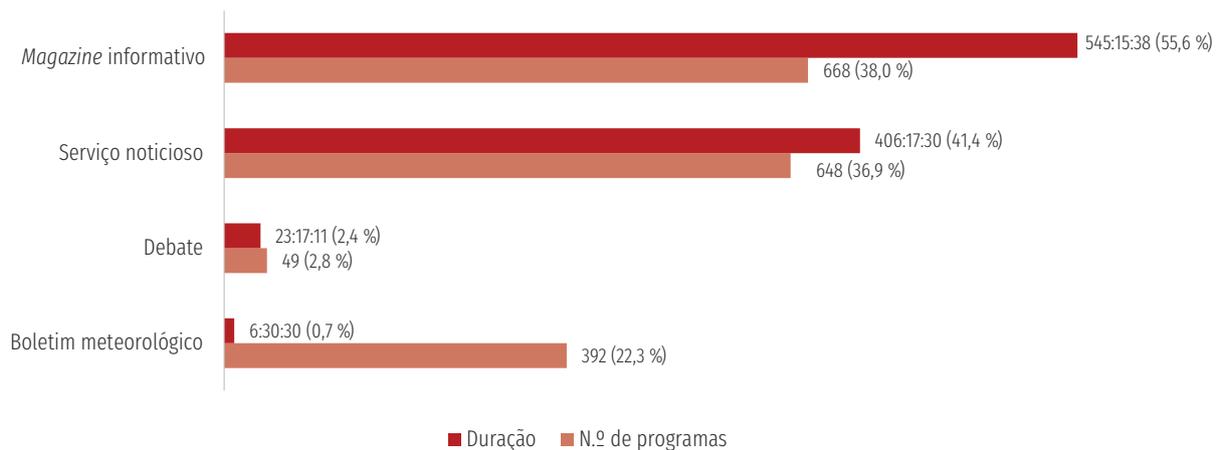
A RTP1 deve exibir, quinzenalmente, espaços regulares de grande *reportagem*, requisito concretizado com a periodicidade semanal dos programas “A Prova dos Factos” e “Linha da Frente”.



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.¹⁵

FIG. 5 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA RTP2 (2023)



N= 981h20m49s (N.º total de horas de emissão de informativos); N= 1757 (n.º total de PROGRAMAS informativos)

O macrogênero *informativo* representou 11,6 % do tempo total da programação da RTP2 em 2023, tendo sido o quarto 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».

Juntos, os *magazines informativos* e os *serviços noticiosos*, representam a quase totalidade das horas de programação informativas.

O gênero de informação com expressão mais relevante é o *magazine informativo* (55,6 %). 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 *serviços noticiosos* compreendem três programas: “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África”.

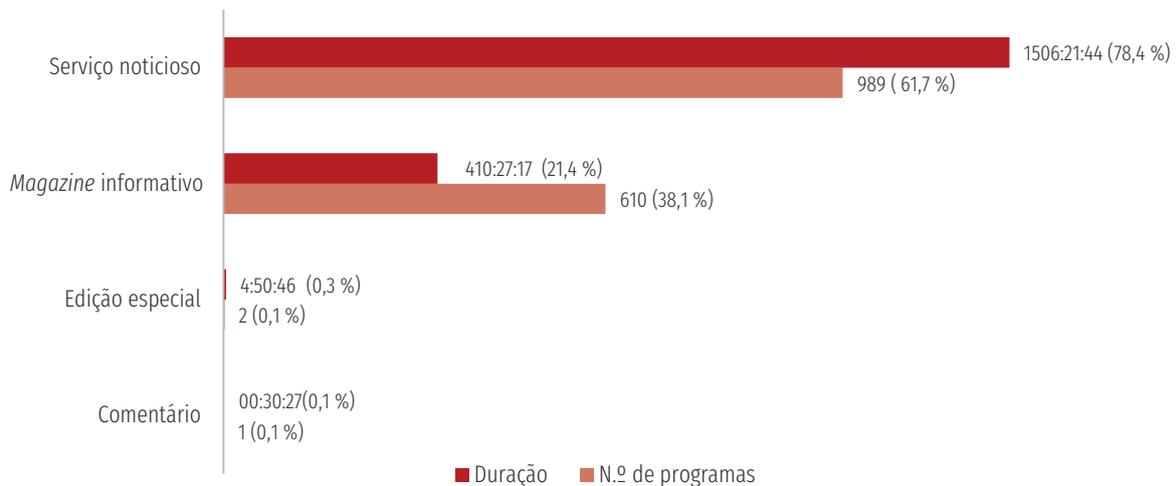
Os restantes gêneros informativos tiveram, em termos de duração total, uma expressão diminuta. No entanto, quando analisada a frequência de exibição desses tipos de programas, os resultados são substancialmente mais expressivos. Assim, é de destacar que o programa de *debate* exibido semanalmente (“Eurodeputados”) contribui para o cumprimento da obrigação de contextualização e aprofundamento de matérias da atualidade, tanto nacional como internacional.

¹⁵ 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 subgéneros debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal.¹⁶

FIG. 6 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA SIC (2023)



N= 1787h09m56s (N.º total de horas de emissão de informativos); N= 1772 (n.º total de PROGRAMAS informativos)

Recorde-se que o macrogénero informativo foi o segundo mais expressivo em termos do tempo de programação que ocupou em 2023, ou seja, 26,9 % das 6650h50m18s.

Considerando as obrigações da SIC em matéria de diversidade de informação, importa começar por referir que, em 2023, foi identificada a presença de programas com três géneros informativos: *serviço noticioso*, *magazine informativo* e *edição especial*. Esta conclusão permite inferir o incumprimento da obrigação de emitir programas autónomos 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.

A hegemonia dos *serviços noticiosos*, que ocupam 84,5 % do tempo dedicado a conteúdos informativos, decorre da presença de quatro 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), o “Jornal da Noite” (com uma edição diária com transmissão cerca das 20h00m) e a “Manhã SIC Notícias” (com uma edição diária, no horário da manhã, nos dias úteis). 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.

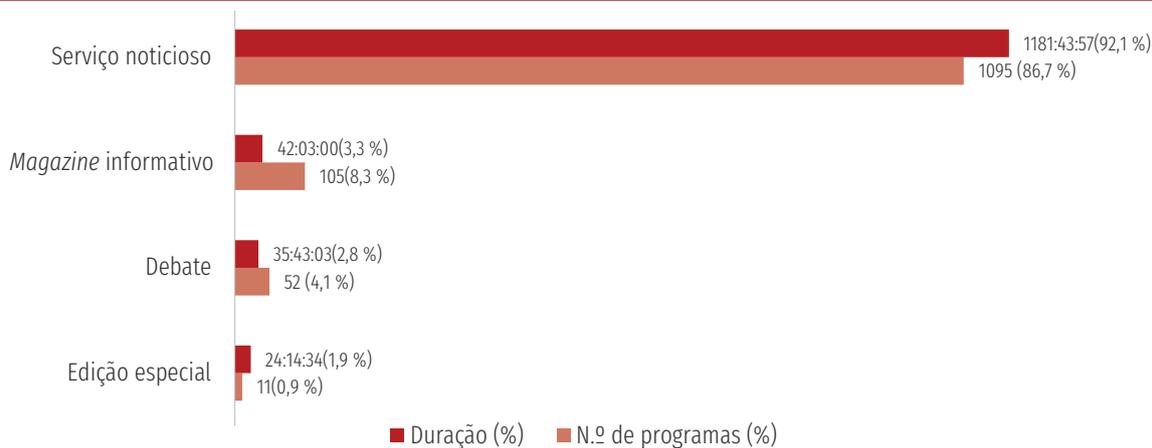
O género *magazine informativo* ocupou 14,3 % do tempo total do macrogénero. O género *edição especial* correspondeu essencialmente à cobertura da Jornada Mundial da Juventude, e ainda da Coroação de Carlos III e do funeral de Bento XVI, o que resulta num volume de 1,3 % do tempo total dos conteúdos informativos.

¹⁶ 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, autônomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal.**¹⁷

FIG. 7 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA TVI (2023)



N=1283h44m34s (N.º total de horas de emissão de informativos); N= 1263 (N.º total de programas informativos)

Os conteúdos informativos, segundo macrogénero mais representado em 2023 na grelha de programação da TVI, somaram 1283h44m34s, em volume de tempo emitido, e 1263 edições – o que corresponde, respetivamente, a 19,8 % do tempo total de programação e a 18,9 % das edições de programas transmitidas pela TVI em 2023.

A TVI apresentou programas repartidos por quatro géneros informativos, sendo o *serviço noticioso* responsável por 92,1 % do tempo dedicado a este *macrogénero* e por 86,7 % dos respetivos programas.

A respeito das obrigações relacionadas com a diversidade de géneros informativos, 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*, autônomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal».

Considerando apenas os programas classificados como *serviços noticiosos*, verifica-se que, ao longo do ano, foram transmitidas 1095 edições, o que corresponde a três blocos diários: 365 edições do “Diário da Manhã” (260 durante a semana e 105 aos fins de semana), 365 edições do “Jornal da Uma” e, a partir de 21 de fevereiro, do “TVI Jornal”, e ainda 365 edições do “Jornal Nacional” e do “Jornal das 8”. Assim, conclui-se que foi cumprida a obrigação da TVI de exibir diariamente três blocos noticiosos, com a exibição diária de um bloco matinal, um bloco ao início da tarde e um bloco em *horário nobre*.

A TVI teve na sua grelha apenas um programa autônomo de *debate*, “O Princípio da Incerteza”. Trata-se de um programa de *debate* político com periodicidade semanal que, com 52 edições em 2023, correspondeu à obrigação em matéria de *debates*. No entanto, importa ressaltar que o programa é emitido no período noite/madrugada, após as três horas da manhã, ou seja, num horário de audiência reduzida.

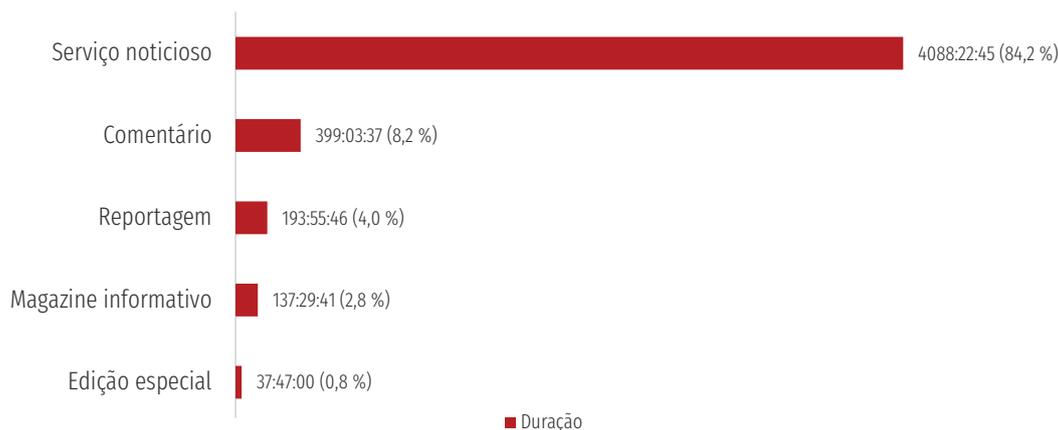
No caso da *entrevista*, em 2023 não foram transmitidos quaisquer programas autônomos desse género informativo, o que constitui um incumprimento em relação à obrigação de emitir programas autônomos de *entrevista* e *debate*. No entanto, embora não constituam unidades de programação formais, individualizadas e estáveis, a TVI integra *entrevistas* no alinhamento dos *serviços noticiosos*.

¹⁷ 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**.¹⁸

FIG. 8 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS NA CMTV (2023)



N= 4953h39m35s (n.º total de horas de emissão de informativos)

Sem destoar dos anos anteriores, em 2023, os conteúdos informativos dominam a emissão da CMTV, representando 66,8 % 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 a frequência descrita na grelha-tipo apresentada no seu projeto editorial. Entre outros títulos, a este género corresponde a exibição diária dos programas: “Notícias CM”, “Grande Jornal - Noite”, “Grande Jornal - Tarde”, “Jornal da Meia-Noite”, entre outros.

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” ou mais recentemente “Urgente CM”.

Embora referido no seu projeto editorial, mantém-se a ausência de programas autónomos diários de informação económica nas grelhas da CMTV. Em 2023, os segmentos informativos sobre estas matérias, com uma média não muito superior a 2 minutos de duração, continuaram a ser exibidos com a designação “Negócios” dentro do *serviço noticioso* “Notícias CM”, nas manhãs de segunda a sexta-feira.

Pelo contrário, os espaços informativos diários na área do desporto têm uma grande prevalência na emissão da CMTV, com o operador a dar cumprimento a este outro compromisso de programação informativa especializada. Os programas “Mercado” e “Hora Record” são identificados como sendo de *informação desportiva*, “Liga d’Ouro” e “Pé em Riste” como *comentário desportivo*. A CMTV também contempla vários espaços de *transmissão desportiva*, a maior parte dos quais de relato e acompanhamento em direto de partidas do campeonato de futebol nacional, mas também com a exibição de jogos de outras modalidades – futsal e automobilismo, por exemplo.

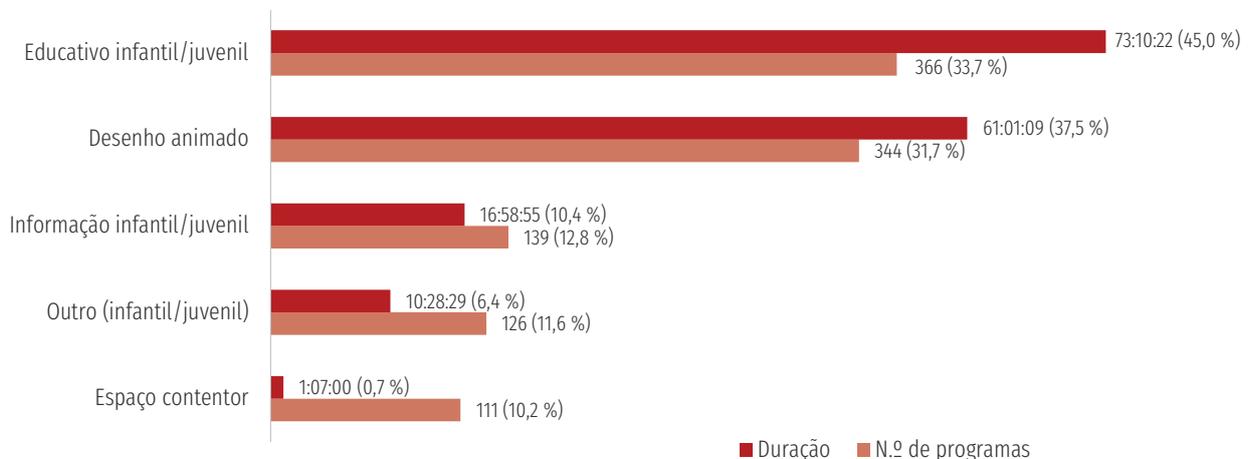
¹⁸ Obrigações decorrentes da autorização para o exercício da atividade de televisão (Cf. nota 2 do presente capítulo).

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.¹⁹

FIG. 9 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2023)



N=162h45m55s (duração total); N= 1086 (N.º total de programas)

No caso da RTP1, as horas dedicadas a programas orientados para o público infantojuvenil representam, em termos relativos, apenas 2,3 % do tempo total da programação.

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

Em 2023, foram exibidos programas classificados em cinco gêneros diferentes. O gênero mais exibido, em duração, foi o *educativo infantil/juvenil* (45 %), seguido dos *desenhos animados* (37,5 %).

Relativamente às funções desempenhadas pela programação *infantil/juvenil*, a maioria do tempo de emissão teve como função principal *formar* (45,0 %), seguido pela função de *entretêr* (44,6 %), associada maioritariamente aos *desenhos animados*. Um décimo do tempo foi preenchido por programas com a *função informar* (10,4 %), com a emissão do “Radar XS”.

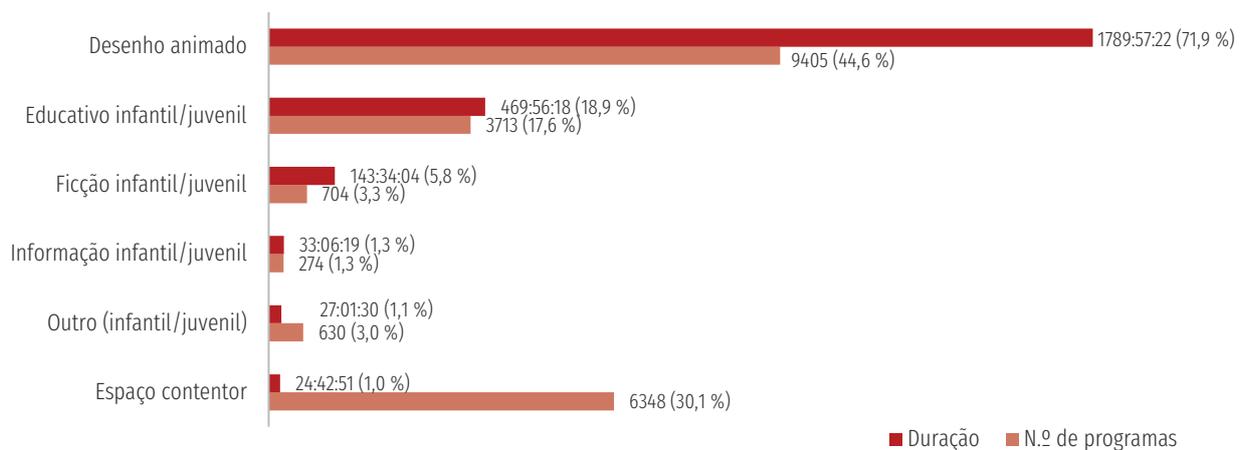
Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se exclusivamente nos alinhamentos das manhãs dos fins de semana.

¹⁹ Obrigações decorrentes do CCSPT (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**;²⁰
- Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**.²¹

FIG. 10 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2023)



N= 2488H18M24s (duração total); N= 21074 (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 3713 edições e perto de 470 horas de programas do género *educativo infantil/juvenil*, confirmou-se, em 2023, 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: “Pablo”, “Era uma vez...” e “Cadetes”.

Na análise das funções da programação, *entretener* representa 79,8 % da duração total dos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens. É também expressivo, ainda que inferior (18,9 %), 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 274 edições registadas correspondam à exibição regular aos dias de semana de um programa de informação *infantil/juvenil*, “Radar XS”.

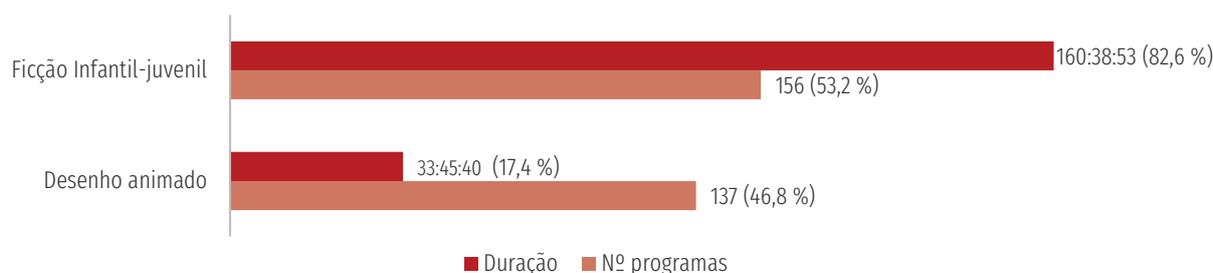
20 LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

21 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**.²²

FIG. 11 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2023)



N=58h34m02s (N.º total de horas de emissão *infantis/juvenis*); N=83 (n.º total de PROGRAMAS *infantis/juvenis*)

No global da programação da SIC de 2023, os programas infantis-juvenis traduziram-se num total de 58h34m02s, ou seja, 0,9 % do tempo global da programação anual. Em termos de diversidade de géneros, observa-se que, dos oito na grelha da análise da ERC, foram classificados programas em dois: *desenhos animados* e *ficção infantil/juvenil*²³.

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 2023 com géneros *infantis/juvenis*, é fácil constatar que essa obrigação voltou a não ser plenamente cumprida pelo serviço de programas. Dos 365 dias de 2023, identificouse estes programas em apenas 44 dias, o que significa que, em 88 % 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 91,3 % do tempo que lhes foi dedicado foi aos fins de semana. Ou seja, apenas 8,7 % tiveram transmissão durante os dias da semana.

Ao analisar os períodos horários em que a programação *infantil/juvenil* da SIC foi exibida em 2023, observa-se uma concentração destes conteúdos no período da manhã. Com efeito, 48h43m49s (83,2 %) das 58h34m02s 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 10,7 % das horas dedicadas a este tipo de programação e o da noite/madrugada 6,1 % 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 2023, não foram identificados programas que tenham sido classificados com o género *educativo infantil/juvenil*.

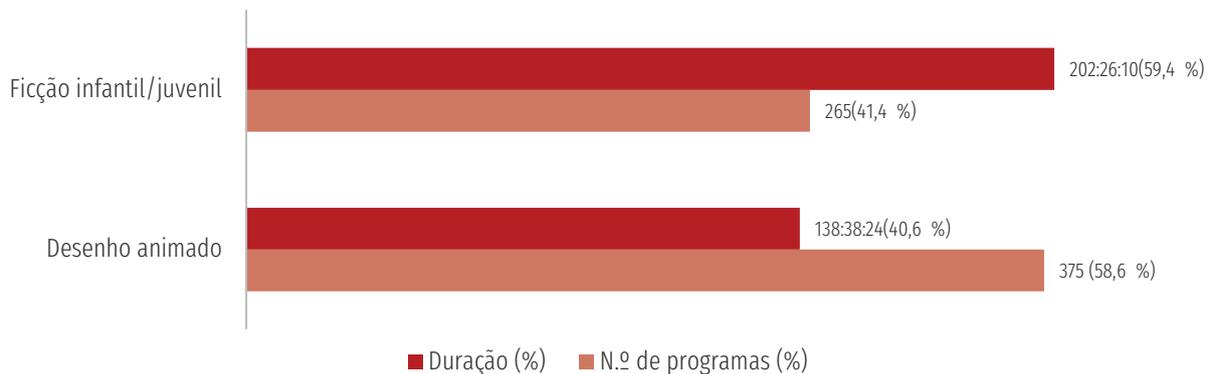
²² Obrigação decorrente da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

²³ No trabalho de análise de grelhas de programação que é realizada, os filmes/telefilmes que têm como público preferencial o infantojuvenil, 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.²⁴

FIG. 12 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2023)



N=341h04m34s (duração total de horas de emissão *infantis/juvenis*); N=640 (n.º total de programas *infantis/juvenis*)

Em 2023, a programação da TVI dirigida ao público *infantil/juvenil* representou 5,3 % do volume global de horas de programação, à frente dos programas *desportivos*, dos *institucionais/religiosos* e dos programas de *cultura/conhecimento*. De notar que, no referente ao número de programas exibidos, a percentagem sobe para 9,6 % da programação total.

Para cumprir as obrigações estipuladas na sua licença relativamente 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 2023, a TVI exibiu diariamente o *desenho animado* “Viva o Rei Juliano”, em média pelas 6h00, um horário pouco adequado ao público a que se destina. Aliás, 25 edições foram exibidas no período da madrugada, o que contribuiu para que a TVI, apenas com 350 exibições do programa no período da manhã, não tivesse cumprido cabalmente a sua obrigação nesta matéria.

A restante programação *infantil/juvenil* deste serviço de programas concentrou-se aos fins de semana. Programas como “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.

A única estreia a assinalar é a da série “Morangos com Açúcar”, a partir de outubro e com periodicidade semanal, exibida por regra à segunda-feira, no período de *horário nobre*.

A única função associada à programação *infantil/juvenil* foi *entreter*.

CMTV

Ainda que seja um serviço de programas generalista, em 2023, a CMTV continua a não apresentar quaisquer programas dirigidos aos públicos *infantojuvenis* nas suas grelhas de emissão.

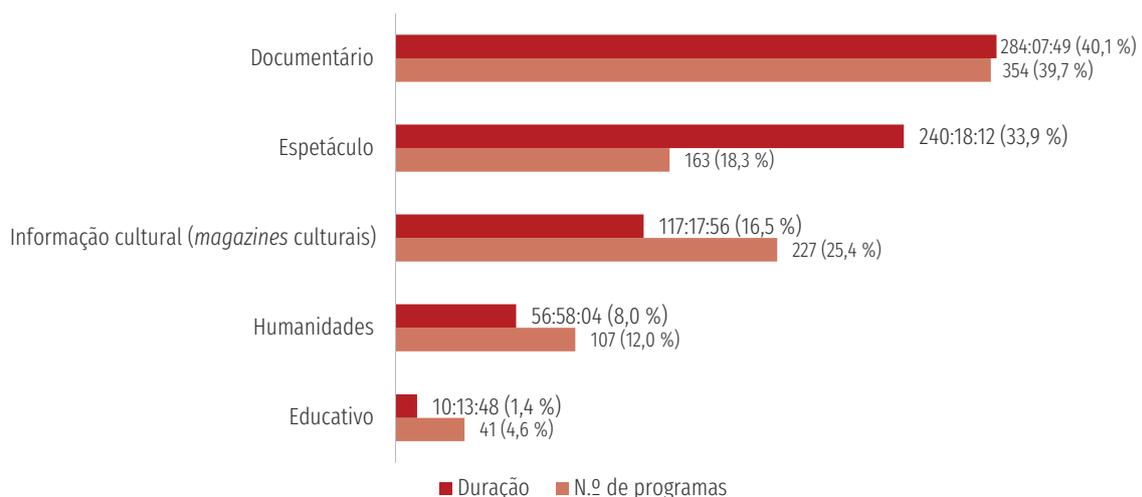
²⁴ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/CONHECIMENTO

RTP1

- Transmissão de **programas de caráter 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 portuguesa.²⁵

FIG. 13 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2023)



N=708h55m49s (N.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento); N= 892 (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 2023, os *documentários* foram o gênero mais expressivo em ambos os indicadores, com cerca de 284 horas de exibição. Quanto à frequência, as 354 exibições ultrapassaram com ampla margem a regularidade mensal exigida²⁶

²⁵ Obrigações decorrentes do CCSPT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

²⁶ Complementares à categoria *documentários* são as de ciências, artes e média 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 gêneros 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.

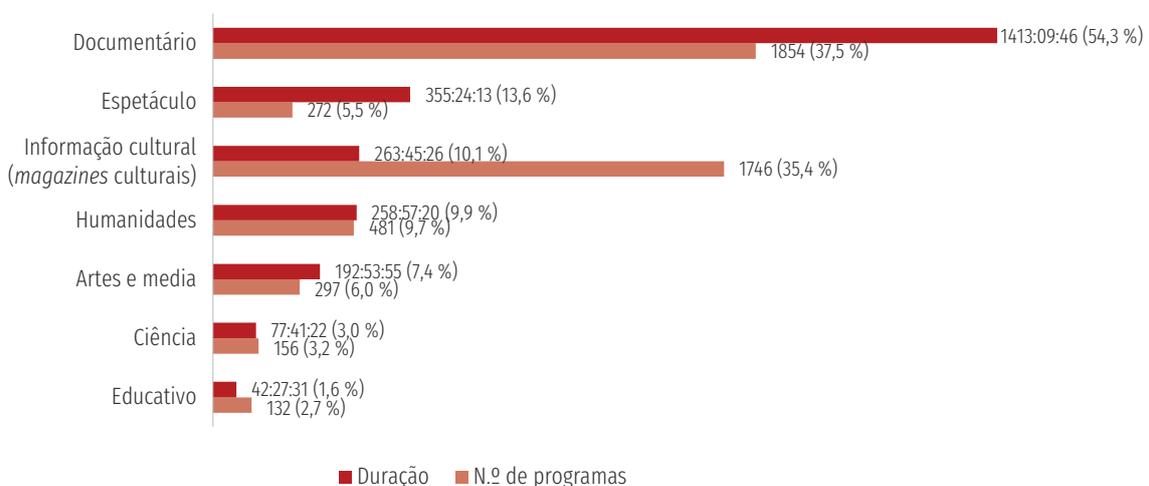
Os programas de *informação cultural* superaram o requisito de regularidade semanal, com um total de 227 edições, com destaque para o programa “Janela Indiscreta”.²⁷

A RTP1 exibiu ao longo do ano 163 *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 confrim **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.²⁸

FIG. 14 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2023)



N= 2604H19M33s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*); N= 4938 (n.º total de programas *culturais/conhecimento*)

²⁷ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p38415>

²⁸ Obrigações decorrentes do CCSPT (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 primeiro lugar na grelha em volume horário, com um total anual de 2604h19m33s.

De referir a oferta variada de programas de *documentário* neste serviço de programas, tanto pelo volume de horas como pela frequência com que são exibidos. Seguem-se os *espetáculos*, com 13,6 % do total da duração do género.

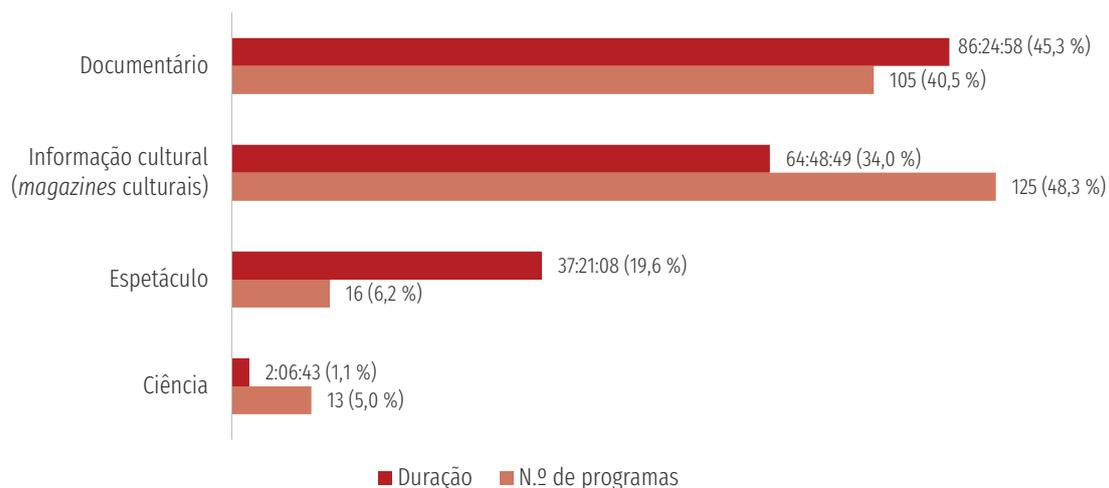
No gráfico, sobressai ainda o elevado número de programas de *informação cultural*, dado que é maioritariamente justificado pela emissão, entre duas a quatro vezes por dia, do programa “Folha de Sala”.

Em termos de frequência de emissão, destaca-se, conforme já referido, o programa “Folha de Sala” (com 1481 exibições). Com 80 edições exibidas anualmente, há a referir o programa “Cinemax: Curtas” e, com 77 edições, o programa de *artes e media* “Nada Será como Dante”; com 65 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**.²⁹

FIG. 15 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2023)



N=190h41m38s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento); N=259 (n.º total de PROGRAMAS culturais/conhecimento)

Numa primeira caracterização dos programas da SIC de 2023 classificada como *cultural/conhecimento*, recorde-se que correspondeu a 190 horas de emissão, ou seja 2,9 % do tempo global de programação do ano. No que diz respeito à

²⁹ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

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 *documentário* e *informação cultural (magazines culturais)* concentram a maior parte tipo da programação *cultural/conhecimento* da grelha da SIC, em 2023, quer em volume de horas, quer em número de edições. No seu conjunto, representaram 79,3 % das horas dedicadas a este tipo de programação, percentagem que sobe para 88,8 % quando se considera o número de edições. Em número de episódios exibidos, há uma proeminência da *informação cultural (magazines culturais)*. Os programas que justificam essa presença, ainda que com valores residuais no total das emissões de 2023, foram o “Todas as Artes”, 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, 18, 12, 26 e 6 horas de emissão, a que se somaram 22 minutos da “Rota dos Santuários”.

Os *espetáculos* ocuparam 19,6 % das horas de programação do macrogénero *cultural/conhecimento*. Seguem-se os programas dedicados à *ciência*, com presença residual.

O que seria um contributo para a diversidade é contrariado pela ausência na programação *cultural/conhecimento* da SIC, em 2023, de programas classificáveis nos géneros *artes e media*, *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* (80,4 % das horas de programação do macrogénero).

Com expressão diminuta, a função de *entretém* da programação *cultural/conhecimento* da SIC ficou associada à transmissão dos *espetáculos*. No que respeita aos programas *culturais/conhecimento* com função de *formar*, verifica-se a sua total ausência em 2023.

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.

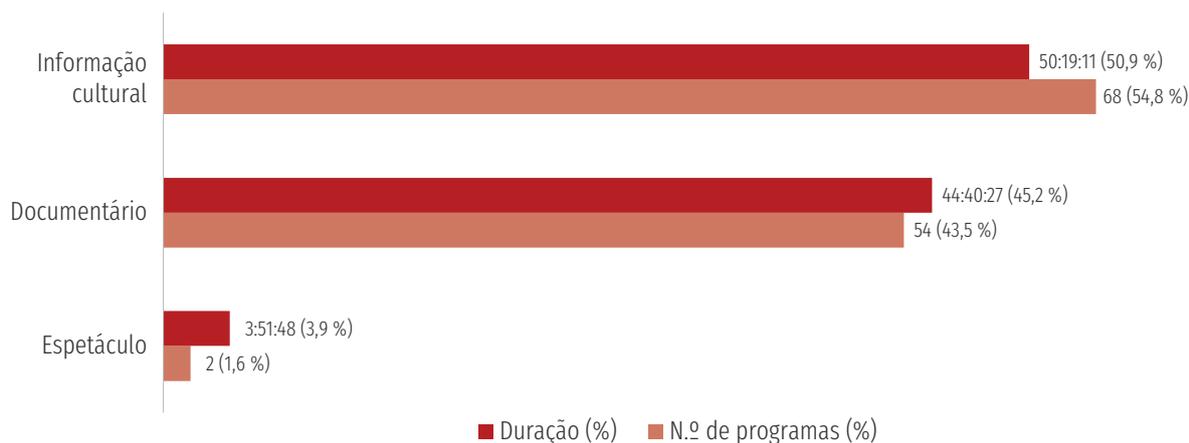
A grelha de 2023 volta a apresentar uma grande disparidade entre a exibição de programas *culturais/conhecimento* durante os dias úteis e aos fins de semana, com predomínio destes últimos. Cerca de 76,3 % das horas dedicadas a este tipo de programação foram exibidas aos fins de semana, resultado do número de programas transmitidos, isto é, cerca de 72 % 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), o Etnias (aos sábados) e “A Vida Selvagem” (aos domingos).



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**.³⁰

FIG. 16 - FREQUÊNCIA E DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2023)



N= 98h51m26s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*); N= 124 (n.º total de PROGRAMAS *culturais/conhecimento*)

Enquanto operador licenciado para o exercício da atividade televisiva, a TVI deve ter uma programação diversificada, assegurando a emissão regular de conteúdos culturais e *formativos*, como obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida. No entanto, a análise demonstra que a TVI não cumpriu integralmente esta obrigação.

Correspondendo apenas 1,5 % do total do tempo de programação, a programação de *cultura/conhecimento* teve, novamente em 2023, uma representação muito tímida na grelha da TVI. Esta programação representou apenas 1,9 % do total global de programas transmitidos, distribuídos por três gêneros.

Face ao ano anterior, em 2003 registou-se um declínio do volume de programação de *cultura/conhecimento*, quer em tempo quer em número de programas, quer ainda em diversidade de gêneros (em 2022 tinham sido exibidos programas de cinco gêneros distintos).

O género *informação cultural* (*magazines culturais*) foi o que mais tempo ocupou na grelha de *cultura/conhecimento*, tendo representado 50,9 % do tempo dedicado a este tipo de programação. Tal preponderância deveu-se sobretudo à exibição de “Autores”, um programa em parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores, exibido semanalmente às quintas-feiras, no período noite/madrugada.

Para cumprir a obrigação a que está vinculada de 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, a TVI manteve a exibição de *documentários* com periodicidade semanal, exibidos nas manhãs de fim de semana. A grande maioria destes programas são *séries* dedicadas à temática da natureza e vida animal. A emissão de *espetáculos* é pontual, como atestam os dois concertos emitidos em 2023.

³⁰ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).

CMTV

- Promover os novos valores portugueses, exibindo em estreia documentários, novas bandas e peças de teatro.³¹

FIG. 17 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2023)



N= 81H12M52S (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* e de peças de teatro ou apresentando novas bandas de música.

Em 2023, a análise identifica a exibição de programas da categoria *cultural/conhecimento* correspondentes a três géneros televisivos: *ciência*, *humanidades* e *artes e média*, por esta ordem, e conforme se tem verificado anteriormente apresentado os mesmos títulos.

“Falar Global”, o programa da CMTV dedicado às áreas da *ciência*, tecnologia e inovação em Portugal, e por isso mesmo classificado na categoria *ciência*, destaca-se nas grelhas de programação deste serviço de programas, muito por conta das reexibições. Com efeito, foram para o ar 43 primeiras edições deste programa, aos sábados ou domingos a meio da manhã, e 193 reexibições em antena, espalhadas sobretudo nas madrugadas dos dias de semana.

O programa “Sábado Viajante” (classificado como *humanidades*) também se mantém nas grelhas da CMTV. É exibido originalmente aos sábados de manhã, pelas 10h15m, e reexibido quer durante a semana, de madrugada, quer ao fim de semana, com variações de horário.

O programa “Língua Mãe, dedicado à música portuguesa, continua a figurar nas opções de programação da CMTV. Classificado como *artes e média*, conta com 15 edições ao longo de 2023, de cerca de 22 minutos de duração e exibição aos domingos de manhã e no dia de Natal, pelas 11h15.

Tal como anteriormente, no ano em análise, a CMTV continua a dar pouco relevo à cultura e ao conhecimento na sua programação, não se identificando quaisquer espaços autónomos e em estreia de *documentário*, novas bandas e peças de teatro, conforme o próprio operador projetou exibir.

31 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): ³²

- 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 caráter 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: ³³

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo **grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais**.

³² Obrigações nas duas primeiras alíneas decorrentes da LTSAP. Obrigações nas alíneas seguintes decorrentes do CCSPRT (para mais detalhes, cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

³³ Obrigações decorrentes da licença de difusão do serviço de programas (Cf. nota 1 do presente capítulo).



Os resultados apurados reportam-se a todos os programas exibidos em 2023 cujas temáticas e público-alvo privilegiem 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 minoritários (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 2023 dos cinco serviços de programas generalistas, identificaram-se 1624 edições de programas com as características elencadas, num total de 502h23m20s de programação anual.

Em 2023, continua sem se identificar nas grelhas de emissão da CMTV espaços autónomos de programação com as características enunciadas.

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 (2023)

FIG. 18 - PROGRAMAS DESTINADOS À PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E DOS INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS NA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV (2023)

Serviço de programas	Programa	Género	Período semanal	Período horário	Duração (hh:mm:ss)	N.º programas
RTP1	Portugueses pelo Mundo	Humanidades	Dia da semana; Fim de semana	Manhã; Nobre; Tarde	09:19:07	18
	Hora dos Portugueses	Humanidades	Fim de semana	Manhã	25:58:17	44
	Total RTP1				35:17:24	62
RTP2	A Fé dos Homens	Religioso	Fim de semana; Dia de semana	Manhã; Tarde; Noite/ Madrugada	236:15:15	908
	Repórter África	Serviço noticioso	Dia da semana; Fim de semana	Manhã e Noite Madrugada	113:35:54	257
	Estrangeiros na Madeira	Humanidades	Dia de semana	Manhã	04:40:28	12
	Gente da Minha Rua	Humanidades	Dia de semana; Fim de semana	Manhã e Noite Madrugada	10:17:14	20
	Zig Zag - Pablo	Educativo infantil/juvenil	Fim de semana; Dia da semana	Manhã / Tarde	48:00:48	260
	Total RTP2				412:49:39	1457
SIC	Etnias	Informação cultural (magazines culturais)	Dia de semana; Fim de semana	Manhã e Noite Madrugada	26:38:09	52
	Total SIC				26:38:09	52
TVI	Todos Iguais	Magazine informativo	Fim de semana	Manhã; Noite/ Madrugada	27:38:08	53
	Total TVI				27:38:08	53
CMTV	-	-	-	-	-	-

3. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO NO 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**.³⁴

Atendendo a vocação informativa deste serviço temático do operador de serviço público, conforme seria exetável, também em 2023 a maior parte da grelha da RTP3 é composta por programas classificáveis no *macrogénero informativo*, os quais ocuparam 82,8 % das 8353h06m59s dedicadas à programação do ano. Tal como em anos anteriores, os conteúdos de *cultural/conhecimento* surgem na segunda posição, com 13 % desse tempo. Em terceiro lugar, com uma representação bem menos expressiva, voltam a surgir os programas classificados como *desportivos*, que representaram 3,8 % 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, 14 684, constata-se que essa representação hegemónica dos conteúdos *informativos* não é tão vincada, passando a representar 72 % 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 20,9 % das edições dos programas transmitidos em 2023.

Em termos de funções de programação, constata-se que cerca de 98 % das horas de programação exibidas pela RTP3 em 2023 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 1,8 % do tempo global e os que destinaram a *entreter* representaram 0,05 % 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 66,5 % do tempo dedicado a esses conteúdos. Foram classificados 30 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 677h41m15s e 480h59m12s. Seguem-se o “24 horas”, “Jornal das 12” e “Notícias 3 às 14”, os três acima das 300 horas de emissão.

³⁴ Obrigações decorrentes do CCSPRT (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 362 edições diárias do “Telejornal Açores” (correspondentes a 188h17m14s) e 361 edições diárias do “Telejornal Madeira” (que contabilizam 180h15m26s). Embora não comprometa o cumprimento desta obrigação, é, contudo, de notar que a hora de emissão destes *serviços noticiosos* se manteve essencialmente 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 20,6 % do tempo global da programação da RTP3 em 2023. 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 (1049h34m55s).

Na terceira posição voltou a ficar o género *debate*, ao ocupar 5,9 % 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 “Parlamento”.

Além desses três géneros, que ocuparam cerca de 93 % do tempo da programação de informação, também foram identificados na grelha da RTP3 programas que privilegiaram os géneros *reportagem* (2,2 %), *entrevista* (3,2 %) e *edição especial* (1,1 %).

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 2023, foram identificados programas de cinco géneros distintos. O género com maior expressão foi o da *informação cultural* (*magazines culturais*), que ocupou 35,6 % do tempo dedicado a este tipo de programação, mais precisamente 387h02m39s. Sobressaem, com maior volume horário e número de edições, “Janela Indiscreta” (154h25m39s e 265 edições), “Todas as Palavras” (107h54m10s e 294 edições; inclui 5 reexibições) e “As Horas Extraordinárias” (29h36m18s e 125 exibições, 61 das quais correspondem a reexibições).

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: 323h54m34s, correspondentes a 378 edições. Destaque para o “Doc 3”, programa em exibição neste serviço de programas há vários anos, que ocupou 278h40m59s.

Cerca de 20 % do tempo dedicado à programação *cultural/conhecimento* em 2023 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 217h01m43s, correspondentes a 511 edições de programas. “Visita Guiada” e “A 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 4 % do tempo de programação anual, os dois últimos com 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 *cultural/conhecimento* têm o maior peso, seguidos de *infantis/juvenis* e, em terceiro lugar, programas de *ficção*.

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 2023, 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 2023, 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 2023, 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 23 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 géneros, 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 *entreter* foi claramente a mais privilegiada, surgindo a *função informar* como a segunda mais destacada, embora com grande diferença. Em 2023, 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 géneros – *serviços noticiosos* e *telenovelas* – os quais ocuparam cerca de 86 % do tempo da programação destinada a essa franja horária.

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 *macrogéneros*, *géneros* e *funções*, considera-se que, em 2023, 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 *macrogéneros*, observa-se uma clara concentração do tempo de programação em conteúdos de *entretenimento*, aquele que é claramente dominante, seguido da *informação* e da *ficção*.

Quando analisada a diversidade de géneros, a conclusão aponta no mesmo sentido. Apesar de terem sido identificados programas de 23 *géneros* distintos, há três géneros que claramente se destacam dos restantes. Efetivamente, seja em volume de programação ou em número de programas, os *talk shows*, os *serviços noticiosos* e as *telenovelas* representam, no seu conjunto, mais de metade da programação exibida pela TVI.

Em quarto lugar, o género com maior expressão é o dos *reality shows* e, além do tempo que é dedicado à sua transmissão, há ainda uma parte relevante de conteúdos exibidos noutros géneros de *entretenimento* que é dedicada aos mesmos *reality shows*, numa lógica de autopromoção. Ainda com uma duração total relevante, surgem os programas de *infotainment*. Por comparação com aqueles cinco géneros, os restantes estão assim sub-representados na programação da TVI, muitos deles tendo apenas uma expressão residual.

A falta de diversidade observada na generalidade da grelha de programação agrava-se no período de *horário nobre*, cujo tempo foi predominantemente preenchido por *serviços noticiosos* e *telenovelas*.

Através da análise da frequência de exibição (número de edições de programas) dos programas classificados como *serviços noticiosos*, verifica-se que, em 2023, a TVI cumpriu a obrigação de emissão de três *serviços noticiosos* diários, nos períodos da manhã (“Diário da Manhã”), tarde (“Jornal da Uma” e “TVI Jornal”) e *horário nobre* (“Jornal das 8” e “Jornal Nacional”).

Cumpra sublinhar que a TVI continua a apostar em programas autônomos de *debate* (“O Princípio da Incerteza”), ainda que em horário de reduzida audiência. Por outro lado, mantém a opção de não exibir programas autônomos do gênero *entrevista*.

No que diz respeito à programação *infantil/juvenil*, a TVI não cumpriu adequadamente a obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. A exibição diária do *desenho animado* “Viva o Rei Juliano” ocorreu por vezes no período da madrugada, o que resultou num número insuficiente de episódios no período da manhã. A restante programação *infantil/juvenil* continuou a ser concentrada aos fins de semana, através da reposição de *séries* já exibidas em anos anteriores. Em matéria de estreias, há somente a referir a série de *ficção infantil/juvenil* “Morangos com Açúcar”, exibida semanalmente em *horário nobre*.

Assinala-se também a diminuta expressão na grelha da TVI de programas de índole *cultural/conhecimento*. A TVI deve assegurar a emissão regular de conteúdos *culturais* e *formativos*, nomeadamente obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida. A *informação cultural* foi o gênero predominante, devido à exibição semanal do magazine “Autores”. O programa foi, no entanto, exibido no período noite/madrugada, um horário de reduzida audiência. Também numa base semanal, a TVI exibiu *documentários* dedicados à temática de natureza e da vida animal, nas manhãs de fim de semana. A emissão de *espetáculos* é pontual, como atestam os dois concertos emitidos em 2023. Ponderados estes elementos, não se pode considerar que a TVI tenha cumprido adequadamente o conjunto de obrigações a que está vinculada, em matéria de programação cultural.

Na grelha de 2023, continua a existir um único programa vocacionado para grupos minoritários e para a promoção da diversidade social e cultural (“Todos Iguais”).

CMTV

Em 2023, tal como em anos anteriores, as opções de programação da CMTV são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de cobertura nacional, na medida em que a sua oferta de conteúdos de programação não se apresenta suficientemente diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência.

Mais uma vez se observa que as características da programação da CMTV são mais coerentes com as de um serviço de programas temático informativo.

Os conteúdos informativos têm uma clara predominância na grelha da CMTV, com os *serviços noticiosos* a corresponderem a mais de metade das horas de emissão de 2023 (57,1 %). Secundam-nos os programas de *comentário desportivo* (17,2 %). Os dois gêneros totalizam três quartos das horas de emissão da CMTV, deixando pouco espaço à restante programação.

A escassez de diversidade da oferta televisiva de *horário nobre* continua a ser uma característica das grelhas de emissão da CMTV, agudizada aos fins de semana.

A CMTV também continua a dar pouco relevo à cultura e ao conhecimento na sua programação, não se identificando espaços autônomos e em estreia de *documentário*, novas bandas e peças de teatro, conforme o próprio operador projetou exibir.

Enquanto serviço de programas generalista, cabe à CMTV apresentar uma programação diversificada e dirigida à globalidade dos públicos, pelo que, em 2023, cumpre reiterar a sub-representação de alguns gêneros televisivos ou a sua ausência. Continuam, por exemplo, por identificar nas grelhas de programas da CMTV conteúdos para os públicos infantojuvenis, assim como programas com uma vocação formativa.

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, mantendo-se as dificuldades em distinguir as partes autônomas da grelha de programação.

| Anexos

ANEXO I – METODOLOGIA, CONCEITOS E GRELHA DE ANÁLISE

METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2023 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 televidas, 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 género 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 género televisivo.

GRELHA DE CLASSIFICAÇÃO GERAL DE GÉNEROS TELEVISIVOS: MACROGÉNEROS E GÉNEROS

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a atualidade. São programas de índole jornalística, sob a alçada da direção de informação. Desta categoria, estão excluídos programas *informativos* temáticos que possam ser classificados em *macrogéneros* específicas (p. ex. *desportivo*, *cultural/conhecimento*).

Desportivo: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre diferentes modalidades desportivas e para a exibição de competições desportivas diversificadas. A categoria compreende conteúdos de *informação desportiva* (que se subdivide em vários géneros, incluído o *comentário*) e *transmissão* de eventos *desportivos*.

Ficção: programas vocacionados para o *entretenimento* dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas de *ficção*.

Infantil/juvenil: programas que, dentro de vários géneros e formatos televisivos, tenham em comum a vocação de *entretener*, *informar* ou *formar* os públicos *infantis/juvenis*.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de *entretenimento* aos públicos, sob alçada das direções de programas, nos quais se inclui, entre outros, o género *infotainment* (programas que reproduzem formatos característicos dos *géneros informativos*, mas cuja intenção principal é o *entretenimento* dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação e *debate* sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitetura, música, artes plásticas, produção audiovisual, *design*, etc.), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber. Incluem-se nesta categoria os programas especificamente dedicados à *formação* dos públicos (educativos).

Institucional/religioso: programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. São programas que resultam, em regra, de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar por um dado operador. Integram-se nesta categoria os espaços da responsabilidade de entidades públicas, privadas ou outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

A Figura 16 apresenta a grelha de classificação dos programas televisivos a dois níveis – *macrogéneros* e géneros. A figura estabelece ainda uma correspondência entre *géneros* televisivos e *funções* – uma correspondência indicativa, pois é na fase de análise de media que se atribui a cada programa a *função* predominante, considerando a finalidade que mais se destaca.

FIG. 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/tefilme	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 contentor	
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)	
Formar	
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, Lei n.º 7/2020, de 10 de abril, e Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro)

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 [9ª], e no quadro do disposto no n.º 2 da cláusula 8.ª, considera-se exigível a seguinte frequência mínima:
 - a) Três vezes por dia para os noticiários;
 - b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;
 - c) Quinzenal, para os programas de grande reportagem e documentários; e
 - d) Mensal, para os grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas.

FIG. 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 (2023)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	hh:mm:ss	%										
Informativo	2352:06:58	33,2	981:20:49	11,6	6919:41:19	82,8	1787:09:56	26,9	1283:44:34	19,8	4953:39:35	66,8
Serviço noticioso	811:13:29	11,5	406:17:30	4,8	4602:21:14	55,1	1509:17:58	22,7	1181:43:57	18,3	4236:39:24	57,1
Reportagem	48:29:12	0,7			151:21:06	1,8					478:51:03	6,5
Debate	60:01:40	0,8	23:17:11	0,3	411:01:31	4,9			35:43:03	0,6		
Entrevista	60:06:51	0,8			219:27:45	2,6						
Comentário											163:24:18	2,2
Edição especial	41:13:41	0,6			76:16:56	0,9	22:49:09	0,3	24:14:34	0,4	55:08:46	0,7
Magazine informativo	1331:02:05	18,8	545:15:38	6,5	1427:29:53	17,1	255:02:49	3,8	42:03:00	0,6	19:36:04	0,3
Boletim meteorológico			6:30:30	0,1	31:42:54	0,4						
Desportivo	200:33:54	2,8	595:52:14	7,1	320:18:33	3,8	36:06:17	0,5	57:43:07	0,9	1920:12:57	25,9
Transmissão desportiva	160:53:18	2,3	509:07:01	6,0			32:35:55	0,5	55:42:47	0,9	223:06:25	3,0
Informação desportiva	36:19:56	0,5	79:20:31	0,9	126:03:02	1,5	0:19:51	0,0	2:00:20	0,03	418:11:49	5,6
Resumo desportivo	3:20:40	0,0	7:24:42	0,1	7:24:48	0,1	3:10:31	0,0			00:45:33	0,01
Comentário desportivo					186:50:43	2,2					1278:09:10	17,2
Ficção	720:54:31	10,2	1159:13:34	13,7			1185:23:39	17,8	1227:55:56	19,0	76:03:36	1,0
Filme/telefilme	234:22:59	3,3	326:16:09	3,9			72:36:41	1,1	66:21:56	1,0	76:03:36	1,0
Série	260:31:58	3,7	832:57:25	9,9			217:31:44	3,3	81:23:35	1,3		
Telenovela	225:59:34	3,2					895:15:14	13,5	1080:10:25	16,7		
Infantil/Juvenil	162:45:55	2,3	2488:18:24	29,5			58:34:02	0,9	341:04:34	5,3		
Desenho animado	61:01:09	0,9	1789:57:22	21,2			3:29:38	0,1	138:38:24	2,1		
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			143:34:04	1,7			55:04:24	0,8	202:26:10	3,1		
Educativo infantil/juvenil	73:10:22	1,0	469:56:18	5,6								
Informação infantil/juvenil	16:58:55	0,2	33:06:19	0,4								
Espaço contendor	1:07:00	0,0	24:42:51	0,3								
Outro (infantil/juvenil)	10:28:29	0,1	27:01:30	0,3								
Entretenimento	2854:24:33	40,3	160:05:14	1,9	3:48:20	0,0	3388:56:12	51,0	3381:12:18	52,2	381:32:57	5,1
Concurso/jogo	825:46:53	11,7	83:02:56	1,0			143:16:33	2,2	209:30:09	3,2		
Variedades	366:45:21	5,2	1:23:56	0,0			271:33:27	4,1	695:08:33	10,7		
Talk show	1508:54:53	21,3	49:46:56	0,6			1681:55:40	25,3	266:57:39	4,1	371:22:36	5,0
Humor	59:23:43	0,8			3:48:20	0,0	373:08:09	5,6	1443:27:41	22,3	00:41:50	0,01
Infotainment	7:12:47	0,1	19:06:19	0,2			692:54:57	10,4	120:31:47	1,9		
Reality show							212:02:06	3,2	581:23:36	9,0		
Outro (entretenimento)	86:20:56	1,2	6:45:07	0,1			14:05:20	0,2	64:12:53	1,0	9:28:31	0,1
Cultural/Conhecimento	708:55:49	10,0	2604:19:33	30,9	1088:23:13	13,0	190:41:38	2,9	98:51:26	1,5	81:12:52	1,1
Artes e media			192:53:55	2,3	51:59:55	0,6					05:35:24	0,1
Humanidades	56:58:04	0,8	258:57:20	3,1	217:01:43	2,6					14:32:22	0,2
Ciência			77:41:22	0,9	108:24:22	1,3	2:06:43	0,0			61:05:06	0,8
Documentário	284:07:49	4,0	1413:09:46	16,8	323:54:34	3,9	86:24:58	1,3	44:40:27	0,7		
Espetáculo	240:18:12	3,4	355:24:13	4,2			37:21:08	0,6	3:51:48	0,1		
Educativo	10:13:48	0,1	42:27:31	0,5								
Informação cultural (magazines culturais)	117:17:56	1,7	263:45:26	3,1	387:02:39	4,6	64:48:49	1,0	50:19:11	0,8		
Institucional/Religioso	78:00:23	1,1	447:17:50	5,3	20:55:34	0,3	3:58:34	0,1	80:53:44	1,3	01:32:08	0,02
Institucional	9:23:53	0,1	154:41:41	1,8	20:55:34	0,3	3:58:34	0,1	8:45:09	0,1	01:32:08	0,02
Religioso	68:36:30	1,0	292:36:09	3,5					72:08:35	1,1		
Total	7077:42:03	100,0	8436:27:38	100,0	8353:06:59	100,0	6650:50:18	100,0	6471:25:39	100,0	7414:14:05	100,0

FIG. 26 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	1788	26,2	1757	5,6	10579	72,0	1772	27,1	1263	18,9	5645	69,2
Serviço noticioso	877	12,8	648	2,1	5747	39,1	988	15,1	1095	16,4	4115	50,5
Reportagem	97	1,4			298	2,0					1123	13,8
Debate	44	0,6	49	0,2	523	3,6			52	0,8		
Entrevista	73	1,1			303	2,1						
Comentário											253	3,1
Edição especial	23	0,3			37	0,3	10	0,2	11	0,2	62	0,8
Magazine informativo	674	9,9	668	2,1	1797	12,2	774	11,8	105	1,6	92	1,1
Boletim meteorológico			392	1,3	1874	12,8						
Desportivo	158	2,3	562	1,8	394	2,7	35	0,5	58	0,9	1635	20,0
Transmissão desportiva	92	1,3	252	0,8			17	0,3	29	0,4	552	6,8
Informação desportiva	45	0,7	299	1,0	172	1,2	2	0,0	29	0,4	307	3,8
Resumo desportivo	21	0,3	11	0,0	43	0,3	16	0,2			10	0,1
Comentário Desportivo					179	1,2					766	9,4
Ficção	844	12,4	1263	4,0			1926	29,5	1758	26,3	50	0,6
Filme/telefilme	144	2,1	208	0,7			42	0,6	40	0,6	50	0,6
Série	380	5,6	1055	3,4			383	5,9	117	1,7		
Telenovela	320	4,7					1501	23,0	1601	23,9		
Infantil/Juvenil	1086	15,9	21074	67,2			83	1,3	640	9,6		
Desenho animado	344	5,0	9405	30,0			27	0,4	375	5,6		
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			704	2,2			56	0,9	265	4,0		
Educativo infantil/juvenil	366	5,4	3713	11,8								
Espaço contendor	111	1,6	6348	20,3								
Informação infantil/juvenil	139	2,0	274	0,9								
Outro (infantil/juvenil)	126	1,8	630	2,0								
Entretenimento	1798	26,3	318	1,0	350	2,4	2450	37,5	2584	38,6	481	5,9
Concurso/jogo	685	10,0	215	0,7			205	3,1	229	3,4		
Variedades	158	2,3	1	0,0			76	1,2	812	12,1		
Talk show	749	11,0	55	0,2			955	14,6	66	1,0	447	5,5
Humor	98	1,4			350	2,4	310	4,7	803	12,0	1	0,01
Infotainment	3	0,0	42	0,1			588	9,0	330	4,9		
Reality show							307	4,7	264	3,9		
Outro (entretenimento)	105	1,5	5	0,0			9	0,1	80	1,2	33	0,4
Cultural/Conhecimento	892	13,1	4938	15,8	3062	20,9	259	4,0	124	1,9	323	4,0
Artes e <i>media</i>			297	0,9	203	1,4					15	0,2
Humanidades	107	1,6	481	1,5	511	3,5					72	0,9
Ciência			156	0,5	739	5,0	13	0,2			236	2,9
Documentário	354	5,2	1854	5,9	378	2,6	105	1,6	54	0,8		
Espetáculo	163	2,4	272	0,9			16	0,2	2	0,0		
Educativo	41	0,6	132	0,4								
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	227	3,3	1746	5,6	1231	8,4	125	1,9	68	1,0		
Institucional/Religioso	262	3,8	1434	4,6	299	2,0	7	0,1	265	4,0	22	0,3
Institucional	199	2,9	397	1,3	299	2,0	7	0,1	203	3,0	22	0,3
Religioso	63	0,9	1037	3,3					62	0,9		
Total	6828	100,0	31346	100,0	14684	100,0	6532	100,0	6692	100,0	8156	100,0

FIG. 27 - GÊNEROS TELEVISIVOS (DURAÇÃO TOTAL) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)

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	432:48:11	43,0	192:42:16	18,5	843:26:04	79,9	571:45:39	64,4	493:14:30	54,7	551:51:49	77,4
Serviço noticioso	332:41:27	33,1	185:13:46	17,7	732:37:53	69,4	569:37:06	64,1	493:14:30	54,7	468:42:13	65,7
Reportagem	43:01:50	4,3			8:02:39	0,8					80:23:24	11,3
Debate	39:38:25	3,9			28:14:29	2,7						
Entrevista	13:26:49	1,3			16:42:16	1,6						
Comentário												
Edição especial	3:59:40	0,4			7:35:53	0,7					02:46:12	0,4
Magazine informativo			1:31:39	0,1	44:18:30	4,2	2:08:33	0,2				
Boletim meteorológico			5:56:51	0,6	5:54:24	0,6						
Desportivo	53:57:28	5,4	37:39:18	3,6	25:41:30	2,4	23:48:01	2,7	45:43:05	5,1	161:07:11	22,6
Transmissão desportiva	53:36:42	5,3	37:39:18	3,6			23:33:28	2,7	45:43:05	5,1	138:04:18	19,4
Informação desportiva					12:37:25	1,2	0:14:33	0,0			00:39:37	0,1
Resumo desportivo	0:20:46	0,0			1:37:33	0,2						
Comentário desportivo					11:26:32	1,1					22:23:16	3,1
Ficção	71:53:01	7,1	304:44:38	29,2			203:41:56	22,9	279:09:50	31,0		
Filme/telefilme	4:26:20	0,4	6:02:09	0,6			3:25:53	0,4				
Série	67:26:41	6,7	298:42:29	28,6			3:03:28	0,3				
Telenovela							197:12:35	22,2	279:09:50	31,0		
Infantil/Juvenil			114:59:06	11,0					8:04:05	0,9		
Desenho animado			76:32:36	7,3								
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			0:23:29	0,0					8:04:05	0,9		
Educativo infantil/juvenil			28:31:45	2,7								
Informação infantil/juvenil												
Espaço contendor			0:41:32	0,1								
Outro (infantil/juvenil)			8:49:44	0,8								
Entretenimento	410:05:43	40,7			0:03:27	0,0	88:57:07	10,0	75:36:36	8,4		
Concurso/jogo	364:17:05	36,2					34:54:26	3,9	26:23:35	2,9		
Variedades									46:15:20	5,1		
Talk show	1:06:03	0,1										
Humor	33:15:18	3,3			0:03:27	0,0	40:13:10	4,5				
Infotainment							0:35:34	0,1	0:55:31	0,1		
Reality show							9:50:51	1,1	2:02:10	0,2		
Outro (entretenimento)	11:27:17	1,1					3:23:06	0,4				
Cultural/Conhecimento	37:26:50	3,7	387:59:43	37,2	186:16:33	17,6			0:02:05	0,0		
Artes e <i>media</i>			42:59:41	4,1	8:32:18	0,8						
Humanidades	2:06:03	0,2	16:14:24	1,6	3:42:41	0,4						
Ciência			3:08:27	0,3	10:53:34	1,0						
Documentário	15:24:41	1,5	219:32:46	21,0	120:31:49	11,4						
Espetáculo	19:56:06	2,0	62:04:41	5,9								
Educativo			1:52:28	0,2								
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)			42:07:16	4,0	42:36:11	4,0			0:02:05	0,004		
Institucional/Religioso	0:11:56	0,0	5:58:57	0,6	0:23:12	0,0						
Institucional	0:05:45	0,0	4:43:57	0,5	0:23:12	0,0						
Religioso	0:06:11	0,0	1:15:00	0,1								
Total	1006:23:09	100,0	1044:03:58	100,0	1055:50:46	100,0	888:12:43	100,0	901:50:11	100,0	712:59:00	100,0

FIG. 28 - GÊNEROS TELEVISIVOS (Nº PROGRAMAS) NO HORÁRIO NOBRE, POR SERVIÇO DE PROGRAMAS (2023)

Macrogênero/Gênero	RTP1		RTP2		RTP3		SIC		TVI		CMTV	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Informativo	488	48,7	731	24,2	1028	71,5	498	54,0	357	37,6	659	62,0
Serviço noticioso	348	34,7	361	12,0	453	31,5	354	38,4	357	37,6	464	43,7
Reportagem	87	8,7			15	1,0					184	17,3
Debate	29	2,9			52	3,6						
Entrevista	22	2,2			25	1,7						
Comentário												
Edição especial	2	0,2			4	0,3					11	1,0
Magazine informativo			12	0,4	130	9,0	144	15,6				
Boletim meteorológico			358	11,9	349	24,3						
Desportivo	29	2,9	19	0,6	32	2,2	13	1,4	24	2,5	404	38,0
Transmissão desportiva	27	2,7	19	0,6			12	1,3	24	2,5	371	34,9
Informação desportiva					14	1,0	1	0,1			1	0,1
Resumo desportivo	2	0,2			6	0,4						
Comentário Desportivo					12	0,8					32	3,0
Ficção	102	10,2	391	13,0			269	29,1	469	49,4		
Filme/telefilme	5	0,5	4	0,1			2	0,2				
Série	97	9,7	387	12,8			4	0,4				
Telenovela							263	28,5	469	49,4		
Infantil/Juvenil			867	28,7					10	1,1		
Desenho animado			236	7,8								
Concurso/jogo infantil/juvenil												
Ficção infantil/juvenil			3	0,1					10	1,1		
Educativo infantil/juvenil			187	6,2								
Espaço contendor			192	6,4								
Informação infantil/juvenil												
Outro (infantil/juvenil)			249	8,2								
Entretenimento	339	33,8			6	0,4	143	15,5	87	9,2		
Concurso/jogo	303	30,2					62	6,7	18	1,9		
Variedades									66	7,0		
Talk show	1	0,1										
Humor	21	2,1			6	0,4	54	5,9				
Infotainment							1	0,1	1	0,1		
Reality show							24	2,6	2	0,2		
Outro (entretenimento)	14	1,4					2	0,2				
Cultural/Conhecimento	42	4,2	965	32,0	366	25,5			2	0,2		
Artes e <i>media</i>			67	2,2	35	2,4						
Humanidades	4	0,4	25	0,8	12	0,8						
Ciência			5	0,2	57	4,0						
Documentário	31	3,1	288	9,5	139	9,7						
Espetáculo	7	0,7	51	1,7								
Educativo			14	0,5								
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)			515	17,1	123	8,6			2	0,2		
Institucional/Religioso	2	0,2	46	1,5	6	0,4						
Institucional	1	0,1	45	1,5	6	0,4						
Religioso	1	0,1	1	0,0								
Total	1002	100,0	3019	100,0	1438	100,0	923	100,0	949	100,0	1063	100,0

RTP1

Informativos

FIG. 29 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	46:53:22	4,3	431:38:40	58,5	332:41:27	76,9	-	-
Reportagem	-	-	5:27:22	0,7	43:01:50	9,9	-	-
Debate	-	-	-	-	39:38:25	9,2	20:23:15	22,5
Entrevista	-	-	-	-	13:26:49	3,1	46:40:02	51,6
Edição especial	24:23:58	2,2	12:50:03	1,7	3:59:40	0,9	-	-
Magazine informativo	1020:19:49	93,5	287:19:46	39,0	-	-	23:22:30	25,8
Total	1091:37:09	100,0	737:15:51	100,0	432:48:11	100,0	90:25:47	100,0

N= 2352h06m58s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 30 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	146	28,0	383	59,8	348	71,3	-	-
Reportagem	-	-	10	1,6	87	17,8	-	-
Debate	-	-	-	-	29	5,9	15	10,9
Entrevista	-	-	-	-	22	4,5	51	37,0
Edição especial	13	2,5	8	1,3	2	0,4	-	-
Magazine informativo	363	69,5	239	37,3	-	-	72	52,2
Total	522	100,0	640	100,0	488	100,0	138	100,0

N= 1788 (n.º total de programas informativos)

FIG. 31 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	586:05:33	30,7	225:07:56	51,2
Reportagem	44:37:04	2,3	3:52:08	0,9
Debate	60:01:40	3,1	-	-
Entrevista	60:06:51	3,1	-	-
Edição especial	25:43:19	1,3	15:30:22	3,5
Magazine informativo	1135:32:08	59,4	195:29:57	44,4
Total	1912:06:35	100,0	440:00:23	100,0

N= 2352h06m58s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 32 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	667	45,9	210	62,9
Reportagem	90	6,2	7	2,1
Debate	44	3,0	-	-
Entrevista	73	5,0	-	-
Edição especial	13	0,9	10	3,0
Magazine informativo	567	39,0	107	32,0
Total	1454	100,0	334	100,0

N= 1788 (n.º total de programas informativos)

Infantis/juvenis

FIG. 33 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	61:01:09	84,0	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	73:10:22	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	16:58:55	100,0
Espaço contentor	1:07:00	1,5	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	10:28:29	14,4	-	-	-	-
Total	72:36:38	100,0	73:10:22	100,0	16:58:55	100,0

N=162h45m55s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 34 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP1 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	344	59,2	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	366	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	139	100,0
Espaço contentor	111	19,1	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	126	21,7	-	-	-	-
Total	581	100,0	366	100,0	139	100,0

N= 1086 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 35 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2023)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	61:01:09	37,5	-	-
Educativo infantil/juvenil	73:10:22	45,0	-	-
Informação infantil/juvenil	16:58:55	10,4	-	-
Espaço contentor	1:05:10	0,7	0:01:50	100,0
Outro (infantil/juvenil)	10:28:29	6,4	-	-
Total	162:44:05	100,0	0:01:50	100,0

N=162h45m55s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 36 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2023)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Noite/madrugada	
	N	%	N	%
Desenho animado	344	31,8	-	-
Educativo infantil/juvenil	366	33,8	-	-
Informação infantil/juvenil	139	12,8	-	-
Espaço contentor	108	10,0	3	100,0
Outro (infantil/juvenil)	126	11,6	-	-
Total	1083	100,0	3	100,0

N= 1086 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 37 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	0:30:43	51,7	60:30:26	37,4
Educativo infantil/juvenil	0:08:49	14,8	73:01:33	45,1
Informação infantil/juvenil	-	-	16:58:55	10,5
Espaço contendor	0:00:36	1,0	1:06:24	0,7
Outro (infantil/juvenil)	0:19:17	32,5	10:09:12	6,3
Total	0:59:25	100,0	161:46:30	100,0

N=162h45m55s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 38 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	2	25,0	342	31,7
Educativo infantil/juvenil	4	50,0	362	33,6
Informação infantil/juvenil	-	0,0	139	12,9
Espaço contendor	1	12,5	110	10,2
Outro (infantil/juvenil)	1	12,5	125	11,6
Total	8	100,0	1078	100,0

N= 1086 (n.º total de programas infantis/juvenis)

Culturais/conhecimento

FIG. 39 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Humanidades	-	-	4:56:45	32,6	52:01:19	11,5
Documentário	-	-	-	-	284:07:49	62,7
Espetáculo	240:18:12	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	10:13:48	67,4	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	117:17:56	25,9
Total	240:18:12	100,0	15:10:33	100,0	453:27:04	100,0

N=708h55m49s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 40 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP1 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Humanidades	-	-	6	12,8	101	14,8
Documentário	-	-	-	-	354	51,9
Espetáculo	163	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	41	87,2	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	-	-	227	33,3
Total	163	100,0	47	100,0	682	100,0

N=892 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 41 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO 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	%
Humanidades	37:03:24	27,9	4:05:04	12,6	2:06:03	5,6	13:43:33	2,7
Documentário	67:43:32	51,0	0:26:40	1,4	15:24:41	41,2	200:32:56	39,6
Espetáculo	5:40:49	4,3	17:35:27	54,4	19:56:06	53,2	197:05:50	38,9
Educativo	-	-	10:13:48	31,6	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	22:12:31	16,7	-	-	-	-	95:05:25	18,8
Total	132:40:16	100,0	32:20:59	100,0	37:26:50	100,0	506:27:44	100,0

N=708h55m49s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 42 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP1 (2023)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Humanidades	67	29,6	8	13,6	4	9,5	28	5,0
Documentário	83	36,7	1	1,7	31	73,8	239	42,3
Espetáculo	4	1,8	9	15,3	7	16,7	143	25,3
Educativo	-	-	41	69,5	-	-	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	72	31,9	-	-	-	-	155	27,4
Total	226	100,0	59	100,0	42	100,0	565	100,0

N=892 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 43 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Humanidades	16:38:08	4,5	40:19:56	11,8
Documentário	169:43:26	46,2	114:24:23	33,5
Espetáculo	126:44:13	34,5	113:33:59	33,3
Educativo	-	-	10:13:48	3,0
Informação cultural (magazines culturais)	54:24:18	14,8	62:53:38	18,4
Total	367:30:05	100,0	341:25:44	100,0

N=708h55m49s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 44 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP1 (2023)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Humanidades	34	7,7	73	16,3
Documentário	221	49,9	133	29,6
Espetáculo	96	21,7	67	14,9
Educativo	-	-	41	9,1
Informação cultural (magazines culturais)	92	20,8	135	30,1
Total	443	100,0	449	100,0

N=892 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

RTP2

Informativos

FIG. 45 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	115:10:33	93,6	-	-	185:13:46	96,1	105:53:11	26,0
Debate	0:56:08	0,8	-	-	-	-	22:21:03	5,5
Magazine informativo	6:52:37	5,6	257:34:49	99,8	1:31:39	0,8	279:16:33	68,5
Boletim meteorológico	0:04:08	0,1	0:29:31	0,2	5:56:51	3,1	-	-
Total	123:03:26	100,0	258:04:20	100,0	192:42:16	100,0	407:30:47	100,0

N= 981h20m49s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 46 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	257	78,6	-	-	361	49,4	30	8,1
Debate	2	0,6	-	-	-	-	47	12,7
Magazine informativo	64	19,6	300	90,9	12	1,6	292	79,1
Boletim meteorológico	4	1,2	30	9,1	358	49,0	-	-
Total	327	100,0	330	100,0	731	100,0	369	100,0

N= 1757 (n.º total de programas informativos)

FIG. 47 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	286:11:45	33,9	120:05:45	87,7
Debate	21:32:01	2,6	1:45:10	1,3
Magazine informativo	532:03:26	63,0	13:12:12	9,6
Boletim meteorológico	4:32:50	0,5	1:57:40	1,4
Total	844:20:02	100,0	137:00:47	100,0

N= 981h20m49s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 48 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	482	34,2	166	48,0
Debate	46	3,3	3	0,9
Magazine informativo	611	43,3	57	16,5
Boletim meteorológico	272	19,3	120	34,7
Total	1411	100,0	346	100,0

N= 1757 (n.º total de programas informativos)

Infantis/juvenis

FIG. 49 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1789:57:22	90,2	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	143:34:04	7,2	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	469:56:18	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	33:06:19	100,0
Espaço contendor	24:42:51	1,2	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	27:01:30	1,4	-	-	-	-
Total	1985:15:47	100,0	469:56:18	100,0	33:06:19	100,0

N= 2488h18m24s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 50 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA RTP2 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	9405	55,0	-	-	-	-
Ficção infantil/juvenil	704	4,1	-	-	-	-
Educativo infantil/juvenil	-	-	3713	100,0	-	-
Informação infantil/juvenil	-	-	-	-	274	100,0
Espaço contendor	6348	37,2	-	-	-	-
Outro (infantil/juvenil)	630	3,7	-	-	-	-
Total	17087	100,0	3713	100,0	274	100,0

N= 21074 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 51 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Gêneros	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1108:52:15	73,2	604:32:31	70,5	76:32:36	66,6
Ficção infantil/juvenil	35:07:58	2,3	108:02:37	12,6	0:23:29	0,3
Educativo infantil/juvenil	321:35:20	21,2	119:49:13	14,0	28:31:45	24,8
Informação infantil/juvenil	16:47:43	1,1	16:18:36	1,9	-	-
Espaço contendor	15:51:31	1,0	8:09:48	1,0	0:41:32	0,6
Outro (infantil/juvenil)	17:19:31	1,1	0:52:15	0,1	8:49:44	7,7
Total	1515:34:18	100,0	857:45:00	100,0	114:59:06	100,0

N= 2488h18m24s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 52 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	6044	45,3	3125	45,6	236	27,2
Ficção infantil/juvenil	206	1,5	495	7,2	3	0,3
Educativo infantil/juvenil	2527	18,9	999	14,6	187	21,6
Informação infantil/juvenil	139	1,0	135	2,0	-	-
Espaço contendor	4062	30,4	2094	30,6	192	22,1
Outro (infantil/juvenil)	378	2,8	3	0,0	249	28,7
Total	13356	100,0	6851	100,0	867	100,0

N= 21074 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS INFANTIS/JUVENIS)

FIG. 53 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	1357:49:11	73,2	432:08:11	68,2
Ficção infantil/juvenil	58:57:11	3,2	84:36:53	13,4
Educativo infantil/juvenil	363:57:54	19,6	105:58:24	16,7
Informação infantil/juvenil	33:06:19	1,8	-	-
Espaço contendor	19:22:18	1,0	5:20:33	0,8
Outro (infantil/juvenil)	21:34:19	1,2	5:27:11	0,9
Total	1854:47:12	100,0	633:31:12	100,0

N= 2488h18m24s (n.º total de horas de emissão de infantis/juvenis)

FIG. 54 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	7378	44,5	2027	44,9
Ficção infantil/juvenil	350	2,1	354	7,8
Educativo infantil/juvenil	3036	18,3	677	15,0
Informação infantil/juvenil	274	1,7	-	-
Espaço contendor	4998	30,2	1350	29,9
Outro (infantil/juvenil)	527	3,2	103	2,3
Total	16563	100,0	4511	100,0

N= 21074 (n.º total de programas infantis/juvenis)

Culturais/conhecimento

FIG. 55 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	-	-	9:20:01	16,3	183:33:54	8,4
Humanidades	-	-	1:49:13	3,2	257:08:07	11,7
Ciência	-	-	3:28:54	6,1	74:12:28	3,4
Documentário	-	-	-	-	1413:09:46	64,5
Espetáculo	355:24:13	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	42:27:31	74,4	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	263:45:26	12,0
Total	355:24:13	100,0	57:05:39	100,0	2191:49:41	100,0

N= 2604h19m33s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 56 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA RTP2 (2023)

Gênero	Função					
	Entreter		Formar		Informar	
	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	-	-	13	8,3	284	6,3
Humanidades	-	-	3	1,9	478	10,6
Ciência	-	-	9	5,7	147	3,3
Documentário	-	-	-	-	1854	41,1
Espetáculo	272	100,0	-	-	-	-
Educativo	-	-	132	84,1	-	-
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	-	-	-	-	1746	38,7
Total	272	100,0	157	100,0	4509	100,0

N= 4938 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 57 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	43:45:18	12,8	29:57:50	4,9	42:59:41	11,1	76:11:06	6,0
Humanidades	30:24:57	8,9	114:32:20	18,7	16:14:24	4,2	97:45:39	7,8
Ciência	0:50:39	0,2	65:53:44	10,7	3:08:27	0,8	7:48:32	0,6
Documentário	236:08:35	68,9	317:16:33	51,7	219:32:46	56,6	640:11:52	50,8
Espetáculo	4:59:17	1,5	13:35:04	2,2	62:04:41	16,0	274:45:11	21,8
Educativo	5:05:17	1,5	18:31:30	3,0	1:52:28	0,5	16:58:16	1,3
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	21:29:14	6,3	53:20:43	8,7	42:07:16	10,9	146:48:13	11,6
Total	342:43:17	100,0	613:07:44	100,0	387:59:43	100,0	1260:28:49	100,0

N= 2604h19m33s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*)

FIG. 58 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP2 (2023)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	51	8,3	60	4,4	67	6,9	119	5,9
Humanidades	68	11,1	229	16,9	25	2,6	159	7,9
Ciência	2	0,3	135	10,0	5	0,5	14	0,7
Documentário	299	48,8	513	37,9	288	29,8	754	37,5
Espetáculo	6	1,0	7	0,5	51	5,3	208	10,4
Educativo	24	3,9	45	3,3	14	1,5	49	2,4
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	163	26,6	363	26,8	515	53,4	705	35,1
Total	613	100,0	1352	100,0	965	100,0	2008	100,0

N= 4938 (n.º total de programas *culturais/conhecimento*)

FIG. 59 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	149:46:09	8,3	43:07:46	5,3
Humanidades	227:43:34	12,7	31:13:46	3,9
Ciência	24:44:33	1,4	52:56:49	6,5
Documentário	1080:06:34	60,2	333:03:12	41,2
Espetáculo	128:49:17	7,2	226:34:56	28,0
Educativo	24:35:34	1,4	17:51:57	2,2
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	159:48:19	8,9	103:57:07	12,9
Total	1795:34:00	100,0	808:45:33	100,0

N= 2604h19m33s (n.º total de horas de emissão de *culturais/conhecimento*)

FIG. 60 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA RTP2 (2023)

Género	Período semanal			
	Dia de semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Artes e <i>media</i>	228	6,5	69	4,8
Humanidades	425	12,2	56	3,9
Ciência	57	1,6	99	6,8
Documentário	1418	40,6	436	30,1
Espetáculo	106	3,0	166	11,5
Educativo	84	2,4	48	3,3
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	1171	33,6	575	39,7
Total	3489	100,0	1449	100,0

N= 4938 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS *Culturais/CONHECIMENTO*)

SIC

Informativos

FIG. 61 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	443:51:14	91,1	495:49:38	70,9	569:37:06	99,6	-	-
Edição especial	15:29:54	3,2	7:19:15	1,0	-	-	-	-
Magazine informativo	28:07:37	5,8	195:48:40	28,0	2:08:33	0,4	28:57:59	100,0
Total	487:28:45	100,0	698:57:33	100,0	571:45:39	100,0	28:57:59	100,0

N= 1787h09m56s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

FIG. 62 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	257	50,1	377	59,9	354	71,1	-	-
Edição especial	6	1,2	4	0,6	-	-	-	-
Magazine informativo	250	48,7	248	39,4	144	28,9	132	100,0
Total	513	100,0	629	100,0	498	100,0	132	100,0

N= 1772 (n.º total de programas informativos)

FIG. 63 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1248:05:46	83,9	261:12:12	87,3
Edição especial	10:37:32	0,7	12:11:37	4,1
Magazine informativo	229:04:59	15,4	25:57:50	8,7
Total	1487:48:17	100,0	299:21:39	100,0

N= 1787h09m56s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

FIG. 64 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	778	51,8	210	77,5
Edição especial	5	0,3	5	1,8
Magazine informativo	718	47,8	56	20,7
Total	1501	100,00	271	100,00

N= 1772 (n.º total de programas informativos)

Infantis/juvenis

FIG. 65 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2023)

Gênero	Função	
	Entreter	
	hh:mm:ss	%
Desenho animado	3:29:38	6,0
Ficção Infantil-juvenil	55:04:24	94,0
Total	58:34:02	100,0

N= 58h34m02s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 66 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA SIC (2023)

Gênero	Função	
	Entreter	
	N	%
Desenho animado	27	32,5
Ficção Infantil-juvenil	56	67,5
Total	83	100,0

N= 83 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 67 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	3:29:38	7,2	-	-	-	-
Ficção Infantil/juvenil	45:14:11	92,8	6:15:59	100,0	3:34:14	100,0
Total	48:43:49	100,0	6:15:59	100,0	3:34:14	100,0

N= 58h34m02s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 68 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Desenho animado	27	36,5	-	-	-	-
Ficção Infantil/juvenil	47	63,5	4	100,0	5	100,0
Total	74	100,0	4	100,0	5	100,0

N= 83 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 69 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenho animado	-	-	3:29:38	6,5
Ficção Infantil-juvenil	5:06:02	100,0	49:58:22	93,5
Total	5:06:02	100,0	53:28:00	100,0

N= 58h34m02s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 70 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenho animado	-	-	27	34,2
Ficção Infantil-juvenil	4	100,0	52	65,8
Total	4	100,0	79	100,0

N= 83 (n.º total de programas infantis/juvenis)

Culturais/conhecimento

FIG. 71 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2023)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	-	-	2:06:43	1,4
Documentário	-	-	86:24:58	56,4
Espetáculo	37:21:08	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	64:48:49	42,3
Total	4	100,0	79	100,0

N= 190h41m38s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 72 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA SIC (2023)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	N	%	N	%
Ciência	-	-	13	5,3
Documentário	-	-	105	43,2
Espetáculo	16	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	125	51,4
Total	16	100,0	243	100,0

N= 259 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 73 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	2:06:43	1,7	-	-	-	-
Documentário	86:01:27	69,7	-	-	0:23:31	0,8
Espetáculo	9:46:59	7,9	17:41:07	100,0	9:53:02	19,9
Informação cultural (magazines culturais)	25:28:55	20,6	-	-	39:19:54	79,3
Total	123:24:04	100,0	17:41:07	100,0	49:36:27	100,0

N= 190h41m38s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 74 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA SIC (2023)

Gênero	Período horário					
	Manhã		Tarde		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%
Ciência	13	7,4	-	-	-	-
Documentário	104	59,1	-	-	1	1,3
Espetáculo	5	2,8	6	100,0	5	6,5
Informação cultural (magazines culturais)	54	30,7	-	-	71	92,2
Total	176	100,0	6	100,0	77	100,0

N= 259 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 75 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Ciência	-	-	2:06:43	1,5
Documentário	0:23:31	0,9	86:01:27	59,1
Espetáculo	6:32:14	14,5	30:48:54	21,2
Informação cultural (magazines culturais)	38:18:26	84,7	26:30:23	18,2
Total	45:14:11	100,0	145:27:27	100,0

N= 190h41m38s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 76 - FREQUÊNCIA DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA SIC (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Ciência	-	-	13	7,0
Documentário	1	1,4	104	55,9
Espetáculo	3	4,1	13	7,0
Informação cultural (magazines culturais)	69	94,5	56	30,1
Total	73	100,0	186	100,0

N= 259 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

TVI

FIG. 77 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	210:28:35	82,8	478:00:52	98,3	493:14:30	100,0	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	35:43:03	71,5
Edição especial	15:59:41	6,3	8:14:53	1,7	-	-	-	-
Magazine informativo	27:48:47	10,9	-	-	-	-	14:14:13	28,5
Total	254:17:03	100,0	486:15:45	100,0	493:14:30	100,0	49:57:16	100,0

N= 1283h44m34s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

FIG. 78 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	365	85,1	373	98,7	357	100,0	-	-
Debate	-	-	-	-	-	-	52	52,5
Edição especial	6	1,4	5	1,3	-	-	-	-
Magazine informativo	58	13,5	-	-	-	-	47	47,5
Total	429	100,0	378	100,0	357	100,0	99	100,0

N= 1263 (n.º total de programas informativos)

FIG. 79 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	899:50:25	95,1	281:53:32	83,6
Debate	35:43:03	3,8	-	-
Edição especial	10:53:09	1,2	13:21:25	4,0
Magazine informativo	-	-	42:03:00	12,5
Total	946:26:37	100,0	337:17:57	100,0

N= 1283h44m34s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

FIG. 80 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	780	93,2	315	73,9
Debate	52	6,2	-	-
Edição especial	5	0,6	6	1,4
Magazine informativo	-	-	105	24,6
Total	837	100,0	426	100,0

N= 1263 (n.º total de programas informativos)

Infantis/juvenis

FIG. 81 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUENIS NA TVI (2023)

Gênero	Função	
	Entreter	
	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	138:38:24	40,6
Ficção infantil/juvenil	202:26:10	59,4
Total	341:04:34	100,0

N= 341h04m34s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 82 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS NA TVI (2023)

Gênero	Função	
	Entreter	
	N	%
Desenhos animados	375	58,6
Ficção infantil/juvenil	265	41,4
Total	640	100,0

N=640 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 83 – DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	129:25:02	40,3	-	-	-	-	9:13:22	100,0
Ficção infantil/juvenil	191:28:34	59,7	2:53:31	100,0	8:04:05	100,0	-	-
Total	320:53:36	100,0	2:53:31	100,0	8:04:05	100,0	9:13:22	100,0

N=341h04m34s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 84 – FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Noite		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Desenhos animados	350	58,0	-	-	-	-	25	100,0
Ficção infantil/juvenil	253	42,0	2	100,0	10	100,0	-	-
Total	603	100,0	2	100,0	10	100,0	25	100,0

N=640 (n.º total de programas infantis/juvenis)

FIG. 85 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Desenhos animados	95:52:43	87,8	42:45:41	18,4
Ficção infantil/juvenil	13:22:36	12,2	189:03:34	81,6
Total	109:15:19	100,0	231:49:15	100,0

N=341h04m34s (n.º total de horas de emissão de programas infantis/juvenis)

FIG. 86 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFANTIS/JUVENIS POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Desenhos animados	260	94,9	115	31,4
Ficção infantil/juvenil	14	5,1	251	68,6
Total	274	100,0	366	100,0

N=640 (n.º total de programas infantis/juvenis)

Culturais/conhecimento

FIG. 87 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2023)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	-	-	44:40:27	47,0
Espetáculo	3:51:48	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	50:19:11	53,0
Total	3:51:48	100,0	94:59:38	100,0

N= 98h51m26s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 88 - FREQUÊNCIA DAS FUNÇÕES POR GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA TVI (2023)

Gênero	Função			
	Entreter		Informar	
	N	%	N	%
Documentário	-	-	54	44,3
Espetáculo	2	100,0	-	-
Informação cultural (magazines culturais)	-	-	68	55,7
Total	2	100,0	122	100,0

N= 124 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

FIG. 89 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	43:51:16	88,0	-	-	-	-	0:49:11	1,7
Espetáculo	-	-	2:00:55	98,3	-	-	1:50:53	3,9
Informação cultural (magazines culturais)	5:57:34	12,0	0:02:07	1,7	0:02:05	100,0	44:17:25	94,3
Total	49:48:50	100,0	2:03:02	100,0	0:02:05	100,0	46:57:29	100,0

N= 98h51m26s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 90 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA TVI (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Documentário	53	84,1	-	-	-	-	1	1,8
Espetáculo	-	-	1	33,3	-	-	1	1,8
Informação cultural (magazines culturais)	10	15,9	2	66,7	2	100,0	54	96,4
Total	63	100,0	3	100,0	2	100,0	56	100,0

N= 124 (n.º total de culturais/conhecimento)

FIG. 91 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Documentário	-	-	44:40:27	82,0
Espetáculo	-	-	3:51:48	7,1
Informação cultural (magazines culturais)	44:21:37	100,0	5:57:34	10,9
Total	44:21:37	100,0	54:29:49	100,0

N= 98h51m26s (n.º total de horas de emissão de culturais/conhecimento)

FIG. 92 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA TVI (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Documentário	-	-	54	81,8
Espetáculo	-	-	2	3,0
Informação cultural (magazines culturais)	58	100,0	10	15,2
Total	58	100,0	66	100,0

N= 124 (n.º total de programas culturais/conhecimento)

CMTV

Informativos

FIG. 93 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2023)

Gênero	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	1955:50:24	98,7	1296:58:38	82,3	468:42:13	84,9	515:08:09	61,1
Reportagem			86:21:29	5,5	80:23:24	14,6	312:06:10	37,0
Comentário			163:24:18	10,4				
Edição especial	08:18:39	0,4	29:31:03	1,9	02:46:12	0,5	14:32:52	1,7
Magazine informativo	17:41:10	0,9	-	-			01:54:54	0,2
Total	1981:50:13	100,0	1576:15:28	100,0	551:51:49	100,0	843:42:05	100,0

N= 4953h39m35s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

FIG. 94 - DURAÇÃO DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	2904:34:49	84,7	1332:04:35	87,5
Reportagem	325:34:05	9,5	153:16:58	10,1
Comentário	163:24:18	4,8		
Edição especial	35:43:06	1,0	19:25:40	1,3
Magazine informativo	01:54:54	0,1	17:41:10	1,2
Total	3431:11:12	100,0	1522:28:23	100,0

N= 4953h39m35s (n.º total de horas de emissão de programas informativos)

Culturais/conhecimento

FIG. 95 - DURAÇÃO DAS FUNÇÕES DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO NA CMTV (2023)

Gênero	Função	
	Informar	
	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	5:35:24	6,9
Humanidades	61:05:06	75,2
Ciência	14:32:22	17,9
Total	81:12:52	100,0

N= 81h12m52s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 96 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO HORÁRIO NA CMTV (2023)

Gênero	Período horário			
	Manhã		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	05:35:24	15,7		
Humanidades	08:18:26	23,3	06:13:56	13,7
Ciência	21:45:23	61,0	39:19:43	86,3
Total	41:15:28	100,0	68:33:05	100,0

N= 81h12m52s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

FIG. 97 - DURAÇÃO DOS PROGRAMAS CULTURAIS/CONHECIMENTO POR PERÍODO SEMANAL NA CMTV (2023)

Género	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Artes e <i>media</i>	00:22:48	0,9	05:12:36	13,1
Humanidades	04:53:36	11,8	09:38:46	24,2
Ciência	36:06:25	87,3	24:58:41	62,7
Total	41:22:49	100,0	39:50:03	100,0

N= 81h12m52s (n.º total de horas de emissão de programas culturais/conhecimento)

RTP3

Informativos

FIG. 98 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2023)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	955:55:05	44,1	1891:30:37	88,1	732:37:53	86,9	1022:17:39	58,0
Reportagem	23:43:15	1,1	30:25:09	1,4	8:02:39	1,0	89:10:03	5,1
Debate	24:05:15	1,1	53:29:30	2,5	28:14:29	3,3	305:12:17	17,3
Entrevista	-	-	32:21:40	1,5	16:42:16	2,0	170:23:49	9,7
Edição especial	29:23:32	1,4	30:58:05	1,4	7:35:53	0,9	8:19:26	0,5
Magazine informativo	1119:24:31	51,7	99:38:48	4,6	44:18:30	5,3	164:08:04	9,3
Boletim meteorológico	14:10:50	0,7	9:28:51	0,4	5:54:24	0,7	2:08:49	0,1
Total	2166:42:28	100,0	2147:52:40	100,0	843:26:04	100,0	1761:40:07	100,0

N= 6919h41m19s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 99 - FREQUÊNCIA DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO HORÁRIO NA RTP3 (2023)

Género	Período horário							
	Manhã		Tarde		Nobre		Noite/madrugada	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviço noticioso	1297	41,3	2188	66,7	453	44,1	1809	57,8
Reportagem	46	1,5	61	1,9	15	1,5	176	5,6
Debate	32	1,0	68	2,1	52	5,1	371	11,8
Entrevista	-	-	51	1,6	25	2,4	227	7,2
Edição especial	10	0,3	14	0,4	4	0,4	9	0,3
Magazine informativo	914	29,1	340	10,4	130	12,6	413	13,2
Boletim meteorológico	838	26,7	560	17,1	349	33,9	127	4,1
Total	3137	100,0	3282	100,0	1028	100,0	3132	100,0

N= 10579 (n.º total de programas informativos)

FIG. 100 - DURAÇÃO DOS GÉNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2023)

Género	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Serviço noticioso	3535:31:43	68,3	1066:49:31	61,1
Reportagem	60:55:09	1,2	90:25:57	5,2
Debate	283:30:14	5,5	127:31:17	7,3
Entrevista	156:19:22	3,0	63:08:23	3,6
Edição especial	39:06:25	0,8	37:10:31	2,1
Magazine informativo	1074:44:55	20,8	352:44:58	20,2
Boletim meteorológico	23:03:14	0,4	8:39:40	0,5
Total	5173:11:02	100,0	1746:30:17	100,0

N= 6919h41m19s (n.º total de horas de emissão de informativos)

FIG. 101 - FREQUÊNCIA DOS GÊNEROS INFORMATIVOS, POR PERÍODO SEMANAL NA RTP3 (2023)

Gênero	Período semanal			
	Dia da semana		Fim de semana	
	N	%	N	%
Serviço noticioso	4244	56,7	1503	48,6
Reportagem	120	1,6	178	5,8
Debate	354	4,7	169	5,5
Entrevista	204	2,7	99	3,2
Edição especial	19	0,3	18	0,6
Magazine informativo	1183	15,8	614	19,9
Boletim meteorológico	1362	18,2	512	16,6
Total	7486	100,0	3093	100,0

N= 10579 (N.º TOTAL DE PROGRAMAS Informativos)

Anúncio da programação, publicidade televisiva e níveis de volume sonoro



1. VISÃO GLOBAL

1.1. ANÚNCIO DE PROGRAMAÇÃO

Durante o ano de 2023 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 121 situações de alteração da programação nos períodos das amostras analisadas, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na RTP 2 e o menor na TVI.

Mantém-se a tendência de os serviços do operador público continuarem a registar um elevado número de desvios, neste caso com uma descida na RTP2 face ao ano anterior, mas que corresponde ao valor mais elevado de 2023. Importa, no entanto, referir que tal se deve essencialmente ao cumprimento das suas obrigações de operador concessionário do serviço público de televisão.

Salienta-se que, na sua maioria, tais desvios se mostram justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (doravante LTSAP), especialmente no que se refere às transmissões de eventos desportivos em direto.

Os serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um melhor desempenho global face a 2022. Em termos globais o número total desceu de 188 em 2022 para 121 em 2023, que corresponde ao segundo valor mais baixo neste quinquénio.

Pode concluir-se que os eventos que motivaram os desvios na programação anunciada/emitida foram variados e prenderam-se com situações como a cobertura da atualidade noticiosa e transmissões em direto, desportivas, ou de outra natureza.

Assinala-se que os números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Importa no entanto referir que no decurso de 2023 o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de procedimento contraordenacional ao serviço de programas SIC, no que se refere ao “Anúncio da programação”, por incumprimento do disposto na LTSAP¹.

1.2. PUBLICIDADE TELEVISIVA

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 (LTSAP).

Em 2023, 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 Porto Canal, CMTV, CNN Portugal, TV Cine Top, TV Cine Edition, Hollywood, SIC K, Canal Panda e Biggs.

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 publicidade comercial.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação das mensagens comerciais, 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 um processo contraordenacional relacionado com a inserção de publicidade e que recaiu sobre o serviço de programas SIC².

1.3. VOLUME SONORO

Em 2023, foram medidos pela ERC os níveis do volume sonoro de 11 (onze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações dos níveis de som entre os programas, os blocos publicitários e as autopromoções, podendo-se concluir que os níveis de sensação de intensidade auditiva são adequados (-23 LUFS, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1, não se registando violações do n.º2 do artigo 40.º- B da LTSAP.

¹ Deliberação ERC/2023/303 (PROG-TV), de 23 de agosto

² Deliberação ERC/2024/2024 (PUB-TV), de 17 de abril

2. ANÚNCIO DE PROGRAMAÇÃO

2.1. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

No presente capítulo, avalia-se o desempenho dos operadores de televisão nesta matéria, durante o ano de 2023, em que se inclui uma análise evolutiva do último quinquénio, quanto aos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, e ainda a análise de alguns serviços, maioritariamente temáticos, avaliados por amostras pontuais.

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 2023.

Foram ainda avaliadas amostras de uma ou mais semanas ao longo do ano 2023, dos serviços de programas Hollywood, CMTV, Porto Canal, Biggs, Panda, SIC K, CNN, TV Cine Top e TV Cine Edition.

Procedeu-se ao confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP. A ferramenta de “Análise de Grelhas de Programação TV” permite aos operadores acederem a esta plataforma para aí descarregar diretamente as grelhas da programação dos serviços que disponibilizam, com a antecedência legalmente prevista, *i.e.* nunca inferior a 48 horas, o que permite um acompanhamento e avaliação pelos serviços da ERC do cumprimento da obrigação plasmada no n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP.

Neste acompanhamento são verificadas as situações de desvios da programação anunciada:

- 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 análise não considera 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 2023, como acima referido, a análise incidiu, de forma regular, sobre RTP1, RTP2, SIC e TVI. A emissão destes serviços foi analisada, tendo em conta a amostra de uma semana por mês, analisadas no final de cada trimestre.

FIG. 1 – AMOSTRA 2023 – RTP1, RTP2, SIC E TVI

Amostra “Publicidade Televisiva”		
Trimestres	Meses	Semanas/dias
1.ºT	1	2 a 8 de janeiro
	6	6 a 12 de fevereiro
	11	13 a 19 de março
2.ºT	16	17 a 23 de abril
	19	8 a 14 de maio
	25	19 a 25 de junho
3.ºT	30	24 a 30 de julho
	32	7 a 13 de agosto
	37	11 a 17 de setembro
4.ºT	42	16 a 22 de outubro
	47	20 a 26 de novembro
	50	11 a 17 de dezembro

Da análise resultaram ocorrências relacionadas com programas emitidos antes/depois do horário anunciado e programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados, tendo-se procedido a uma verificação casuística, no sentido de apurar 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».

2.2. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANUNCIADA

SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE - RTP1, RTP2, SIC,TVI

FIG. 2 - ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO 2023

Ano 2023	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Casos (n.º)	25	54	34	8	121

De acordo com a amostra (cf. Fig.1), as análises efetuadas durante 2023 às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI revelaram um cômputo total de 121 casos de alterações da programação anunciada. Das situações registadas o número mais expressivo é o do serviço de programas RTP2, num total de 54 ocorrências, seguido do serviço SIC com 34 e da RTP1 com 25.

Em 2023, a exemplo do ano anterior, a TVI com 8 situações foi o serviço que registou o menor número de alterações na programação.

Na Figura 3 pode ver-se como as 121 irregularidades apuradas se distribuíram de janeiro a dezembro de 2023:

FIG. 3 – ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO – JAN.- DEZ. 2023

2023 / Meses	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	0	0	3	0	3
Fevereiro	7	1	8	0	16
Março	3	2	7	0	12
Abril	0	4	3	2	9
Maio	4	0	1	1	6
Junho	6	21	4	0	31
Julho	0	0	1	0	1
Agosto	5	5	4	0	14
Setembro	0	16	0	2	18
Outubro	0	0	0	0	0
Novembro	0	5	2	1	8
Dezembro	0	0	1	2	3
Total	25	54	34	8	121

■ Resultado mais alto ■ Resultado mais baixo.

Nas Figuras 2 e 3 pode observar-se a distribuição dos casos por meses e por serviços de programas ao longo de 2023. Quanto aos meses com maior número de casos no total dos 4 serviços, foram registados 31 casos em junho, 18 em

setembro, 16 em fevereiro e 14 em agosto, de notar que em todos os restantes meses os casos desconformes não atingiram as duas dezenas.

Quanto aos meses com um menor número de casos, no total dos 4 serviços, foi registado apenas 1 caso em julho e não foi registado qualquer caso em outubro.

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 junho com 21 situações identificadas.

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 dos doze meses analisados, a saber, janeiro, fevereiro, março, junho, julho, agosto e outubro. A RTP1 apresentou também sete meses, janeiro, abril, julho, setembro, outubro, novembro e dezembro, sem alterações, a RTP2, apesar de ser o serviço que, em 2023, mais contribuiu para o aumento do cômputo total de infrações, também apresentou quatro meses, janeiro, maio, julho, outubro e dezembro, sem alterações verificadas. O serviço SIC apresentou alterações na programação em todos dez dos meses analisados, apesar de apenas 1 em julho e 1 em dezembro.

O operador Sociedade Independente de Comunicação, S.A, no que se refere à amostra do primeiro trimestre de 2023, foi objeto da abertura de procedimento de contraordenação, com fundamento no incumprimento do anúncio da programação nos dias 8, 9 e 10 de fevereiro, bem como dos dias 13 e 14 de março de 2023, no âmbito do serviço de programas SIC, conforme a Deliberação ERC/2023/303 (PROG-TV).

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 4 serviços de programas objeto da análise, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo em conta os períodos de 1 semana por mês, aleatoriamente selecionados ao longo de 2023.

Pese embora o total de situações irregulares no decorrer de 2023, importa referir que os números registados não consubstanciam, na maioria dos casos, irregularidades face à lei, resultando 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 imponder sobre o operador de serviço 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.

De notar que 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 atendidos e não motivaram qualquer sanção.

Quanto às restantes situações, face às justificações apresentadas pelo operador, a maioria desses casos acabou por ser relevada, tendo em atenção a diminuta repercussão no alinhamento da programação do serviço de programas.

2.3. 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 2023, o desempenho dos serviços de programas constantes do quadro seguinte.

FIG. 4 – AMOSTRA ANALISADA EM 2023 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "AP" - Outros Serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Total Alterações (n.º)
CNN Portugal	Março	11	5
		11	
TV Cine Top	Março	12	0
		16	
	Abril	17	
		14	
TV Cine Edition	Abril	15	0
		18	
	Maio	19	
		24	
Hollywood	Junho	25	0
		34	
	Agosto	36	
SIC K	Setembro	37	0
		44	
	Outubro	45	
		45	
Porto Canal	Agosto	32	8
CMTV	Agosto	32	31
CANAL PANDA	Dezembro	50	0
		51	
BIGGS	Dezembro	50	0
		51	

Esta verificação foi efetuada por amostragem ao longo do ano em análise, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2023 por cada serviço de programas fiscalizado:

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 5 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.

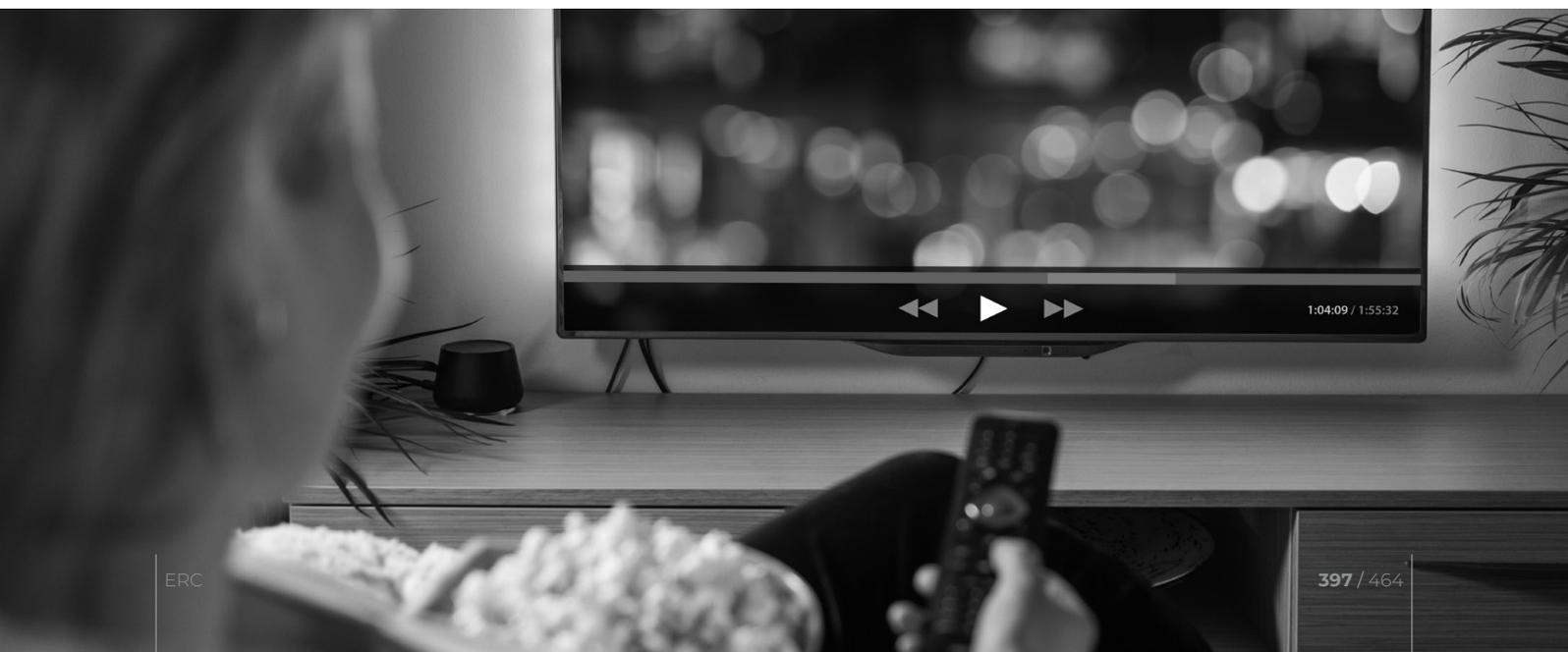
No ano de 2023 em análise, a avaliação do “anúncio da programação” dos serviços mais bem identificados na Figura 5 não teve por base qualquer denúncia, sendo apenas fruto de um exercício regular da atividade fiscalizadora da ERC.

Tal como se pode observar no quadro da Figura 5, os serviços temáticos Biggs, Canal Panda, SIC K, Hollywood, TV Cine Top e TV Cine Edition mostraram um respeito integral da norma aplicável em termos de “anúncio da programação”. Para o efeito terá contribuído o controlo interno e ainda o facto de serem serviços com poucos programas em direto, 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.

Contrariamente, os serviços CMTV, Porto Canal e CNN 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 serviços noticiosos e/ou de eventos desportivos, em direto. Assim, as características próprias destes serviços de programas e a transmissão de eventos em direto e informação da atualidade, pela sua natureza, não permitem uma fácil estabilização da grelha de programação. Deste modo, no âmbito das verificações efetuadas em matéria de anúncio de programação destes serviços, as alterações programáticas, geralmente enquadradas na natureza específica dos referidos serviços, foram 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, não documentados, pelo que foi determinado que fossem relevados, após análise do comportamento global.

De notar que não obstante o arquivamento dos processos de fiscalização, os operadores visados foram notificados das avaliações efetuadas e alertados para a necessidade de um cumprimento escrupuloso das normas aplicáveis quanto ao “anúncio da programação”, contidas no artigo 29.º, da LTSAP.



3. PUBLICIDADE TELEVISIVA

3.1. METODOLOGIA - TEMPO 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.

Assim, em 2023, foram 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 2023, no final de cada trimestre (vide Figura 1, no ponto relativo a anúncio de programação).

Foram ainda analisadas amostras pontuais de uma ou mais semanas de 2023, dos serviços de programas Porto Canal, CMTV, CNN Portugal, TV Cine Top, TV Cine Edition, Hollywood, SIC K, Canal Panda e Biggs.

3.2. 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 televidua, 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»³.

A RTP1, SIC e 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 televidua; 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 gratuitamente; 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 televidua, e entre os vários *spots*».

No mesmo sentido, o art.º 41.º-C da LTSAP determina a exclusão das 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, nas quais é concedida uma margem de apreciação de 6 segundos, não se verificaram incumprimentos dos 12 minutos de publicidade no serviço de programas da RTP1.

³ Redação pela Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro de 2020.



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 minutos por hora, foram efetuadas 2 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, a segunda, efetuada 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 51 situações nas quais se ultrapassou o máximo de 6m de publicidade televisiva por unidade de hora (em quase todos os meses do ano, com exceção de janeiro, fevereiro, março e maio - cf. Fig. 5);

Na análise que assenta na LTSAP após a Lei n.º 74/2020, verificaram-se 162 situações nas quais se ultrapassou o máximo de 6m de publicidade ao longo de 2022, com exceção do mês de março (cf. Fig. 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 RTP- Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

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 uma única vez, nos períodos coincidentes com a amostra julho (3.º trimestre 2023), 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.

A situação foi, todavia, relevada, no seguimento de esclarecimento por parte do operador, que permitiu concluir que a ocorrência registada no dia 30/07/2023, no período entre as 6h-18h, não configurou, verdadeiramente, a ultrapassagem do limite de tempo legal permitido para a emissão de publicidade.

Na emissão do serviço de programas TVI, observou-se a ocorrência de excesso de publicidade em 5 situações durante o 3.º trimestre (julho e setembro) e de 7 situações durante o mês de dezembro. Todas estas situações foram relevadas, por se tratarem nalguns casos de mensagens referentes/relacionadas com os seus próprios programas e produtos acessórios deles derivados e, noutras situações, não consta das listas de anúncios, remetidas pelo operador à ERC, que não contam para o limite horário de publicidade (comunicação institucional ou apelo de interesse público ou teor humanitário).

3.3. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

No decurso de 2023, 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.

Note-se que, conforme previsão contida no n.º1 do artigo 40.º «(...) 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.»

FIG. 6 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS EM 2023

OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS	COBERTURA	TIPO DE PROGRAMAÇÃO	TIPO DE ACESSO
Dreamia - Serviços de Televisão, S.A.	Biggs	Nacional	Temático - Juvenil	
	Canal Panda		Temático - Infantil e Juvenil	Acesso não condicionado com assinatura
	Hollywood		Temático - Cinema	
Medialivre, S.A.	Correio da Manhã TV	Nacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
TVI - Televisão Independente, S.A.	CNN Portugal	Nacional	Temático - Informação	Acesso não condicionado com assinatura
Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	Porto Canal	Nacional	Generalista	Acesso não condicionado com assinatura
NOS Audio – Sales and Distribution, S.A	TV Cine Edition	Nacional	Temático - Cinema	Acesso condicionado
	TV Cine Top			
SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC K	Nacional	Temático - Infantil e Juvenil	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 2023 por cada serviço de programas fiscalizado:

FIG. 7 – AMOSTRA ANALISADA EM 2023 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra "PUB" - Outros serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias
Biggs	Fevereiro	6	5 a 11
		7	12 a 18
	Dezembro	50	11 a 17
		51	18 a 24
Canal Panda	Janeiro	2	8 a 14
		3	15 a 21
	Dezembro	50	11 a 17
		51	18 a 24
Correio da Manhã TV	Agosto	32	7 a 13
	Março	11	13 a 19
CNN Portugal	Agosto	32	7 a 13
	Outubro	42	16 a 22
	Junho	24	12 a 18
Hollywood		25	19 a 25
	Agosto	34	21 a 27
	Setembro	36	4 a 10
Porto Canal	Agosto	32	7 a 13
	Abril	14	3 a 9
TV Cine Edition		15	10 a 16
	Maio	18	1 a 7
		19	8 a 14

FIG. 7 – AMOSTRA ANALISADA EM 2023 – OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Amostra “PUB” - Outros serviços			
Serv. prog	Meses	Semana n.º	Dias
TV Cine Top	Março	11	13 a 19
		12	20 a 26
	Abril	16	17 a 23
		17	24 a 30
SIC K	Setembro	36	4 a 10
		37	11 a 17
	Novembro	45	6 a 12
		46	13 a 19

As análises ao tempo reservado à publicidade televisiva e à televenda dos serviços que constam do quadro supra foram realizadas em processos autónomos de fiscalização, com a finalidade de verificar o cumprimento das normas que constam dos artigos 40.º e 41.º-C da LTSAP.

Relativamente aos sete serviços temáticos fiscalizados, e dois generalistas, não se registaram infrações no que concerne o tempo de publicidade.

3.4. INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

No que concerne a inserção de publicidade televisiva, foram averiguados os princípios relacionados com a colocação de marcas, produtos e serviços nos programas, 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 também aferido o princípio de identificação de programas, de acordo com o disposto no artigo 42.º da LTSAP, que dispõe 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, CNN Portugal, Porto Canal, CMTV, TV Cine Edition, TV Cine TOP, Hollywood, SIC K, Canal Panda e Biggs.

No global, cumpre referir que ao longo de 2023 foram assinaladas ocorrências no âmbito da verificação da inserção de publicidade relacionadas, sobretudo, com a identificação e sinalética de colocação de produto, patrocínio e ajudas à produção.

Na maioria dos casos, as ocorrências identificadas foram justificadas pela fundamentação apresentada pelos operadores, que permitiu enquadrar as situações nas regras de inserção de publicidade. Cumpre referir que se observaram também algumas situações pontuais, de natureza técnica e de menor relevância que foram absolvidas, sem prejuízo da devida advertência aos operadores.

Cumpre destacar a advertência realizada ao serviço de programas TVI, do operador TVI – Televisão Independente, S.A., referente ao 4.º trimestre de 2023, a qual teve por fundamento as irregularidades registadas quanto ao patrocínio “Dr. Bayard”, atribuído ao programa “Esta Manhã”. Com efeito, o Conselho Regulador da Comunicação Social deliberou advertir o operador TVI para a necessidade de acautelar o rigoroso cumprimento do n.º 3 do artigo 41.º da LTSAP - que determina a proibição de patrocínios a serviços noticiosos e programas de atualidade informativa - e que tal deve ser respeitado mesmo que se tratem de formatos de programação híbrida.

Das ações de fiscalização realizadas, o Conselho Regulador da Comunicação Social deliberou instaurar abertura de um processo contraordenacional contra o operador SIC Sociedade Independente de Comunicação, S.A com base na infração das regras de inserção de publicidade face às situações identificadas no processo de fiscalização referente ao 4.º trimestre, passíveis de configurar infração das regras do n.º 2 do artigo 41.º da LTSAP (Patrocínio) - 21 situações compreendidas na emissão dos dias 20 a 26 de novembro de 2023 - e pela inobservância do previsto no n.º 6 do artigo 41.º-A da LTSAP (colocação de produto), pela ocorrência identificada no programa “Alô Portugal”, emitido no dia 22 programa de novembro (Deliberação ERC/2024/2024 (PUB-TV), de 17 de abril).

3.5. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

3.5.1. Tempo dedicado aos intervalos na emissão

Na figura seguinte, são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, no ano de 2023.

FIG. 8 – TEMPO DE EMISSÃO E PERCENTAGEM DEDICADA AOS INTERVALOS - 2023

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1685	19,2 %
RTP2	8760	302	3,4 %
SIC	8760	2032	23,2 %
TVI	8760	2237	25,5 %

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A TVI registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 25,5 % da emissão do serviço, seguindo-se a SIC, com 23,2 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, apenas 19,2 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 3,4 %.

De referir que os resultados da RTP1 e da RTP2 refletem a limitação mais restritiva a que estão sujeitos estes serviços, nos termos impostos pelo n.º 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 6 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.

3.5.2. Tempo dedicado às diversas mensagens que compõem os intervalos – RTP1, SIC e TVI

Realizou-se uma análise global com os tempos das principais comunicações comerciais audiovisuais que não integram a tradicional publicidade televisiva e tevendida, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2023, conforme demonstrado na figura infra.

FIG. 9 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (EM %) – 2023

Serviços de programas	Autop.	Patrocínios	Mensagens gratuitas	Outras Mensagens	Pub. comercial	TOTAL
RTP1	12,3 %	2,0 %	4,6 %	0,9 %	78,7 %	100 %
RTP2	68,2 %	1,0 %	27,2 %	3,0 %	0,0 %	100 %
SIC	9,9 %	4,8 %	1,7 %	0,2 %	81,8 %	100 %
TVI	6,8 %	2,8 %	0,9 %	0,2 %	87,5 %	100 %

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

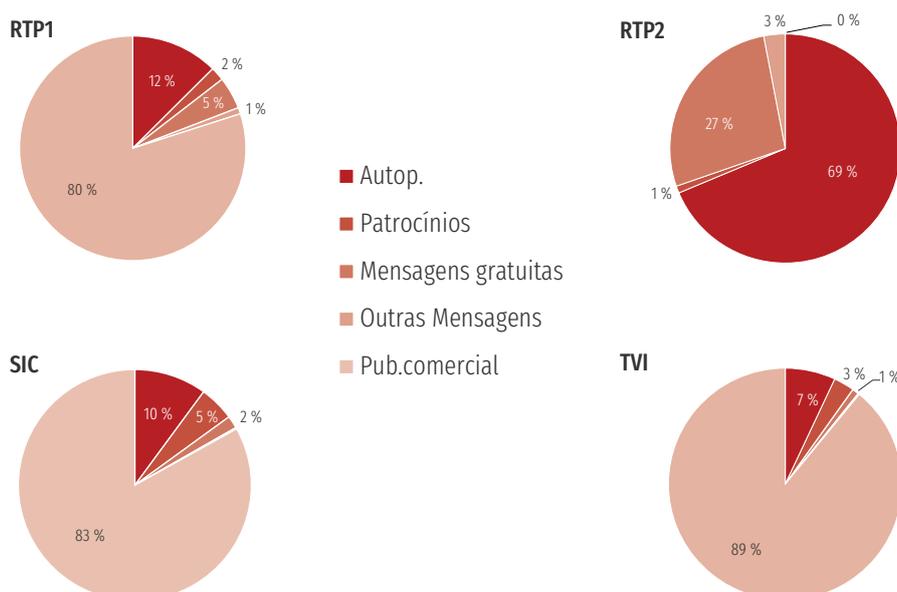
Nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas por publicidade comercial (entre aproximadamente 80 a 90 %).

No que concerne às autopromoções, a maior percentagem regista-se na RTP2, com 68,2 %, por o serviço de programas não conter publicidade comercial, seguindo-se a RTP1 com 12,3 %, a SIC com 9,9 % e, por fim, a TVI com 6,8 %.

Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC apresenta a maior percentagem com 4,8 %.

As designadas “Mensagens Gratuitas” encontram maior expressão na RTP2, com 27,2 %, e a RTP1, com 4,6 %, o que decorre da sua missão específica de serviço público. O mesmo sucede para “Outras Mensagens”, onde a RTP2 atinge maior percentagem, 3 %, seguida pela RTP1, com 0,9 %.

FIG. 10 – COMPOSIÇÃO DOS INTERVALOS (%) - 2023



Atendendo a que as mensagens suprarreferidas 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 res-

tante é preenchido com publicidade comercial, que representou na RTP1, SIC e TVI um percentual muito semelhante face ao registado em 2022.

FIG. 11 - TEMPO DE EMISSÃO E BLOCOS DE TELEVENDA (EM H) – 2023

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	(%)
RTP1	8760	771	8,80 %
SIC	8760	304	3,47 %
TVI	8760	619	7,07 %

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 8,8 % do tempo de emissão, seguida da TVI, com 7,07 %, e, por último, a SIC, com 3,47 %.



4. AVALIAÇÃO DO VOLUME DE SOM

4.1. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU⁴, 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*)⁵.

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.

4.2 AMOSTRA E METODOLOGIA

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 trimestre, através de uma amostra não probabilística ao longo de 2023.

Os mesmos critérios foram aplicados aos canais temáticos infantis de acesso condicionado SIC K, no terceiro trimestre e nos canais Panda e Biggs, no quarto trimestre, foram ainda auditados os canais generalistas de acesso condicionado Porto Canal e CMTV no terceiro trimestre, bem como as avaliações dos níveis de volume de som nos canais temáticos de cinema TVCine Edition, TVCine Top e Hollywood, respetivamente os dois primeiros, no primeiro trimestre, e outro canal no terceiro trimestre, conforme se demonstrada na Figura 12.

⁴ 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.

⁵ 1 LU = 1 Db (decibel).

FIG. 12 - AMOSTRA DAS AÇÕES DE SUPERVISÃO SOBRE O VOLUME DE SOM-2023

Amostra Volume Sonoro 2023		
Serviços de programas	Dia	Período horário
1.º trimestre		
TVCine Edition	03/abr	8h-12h
	05/abr	13h-17h
	08/abr	19h-22h
TCCine TOP	03/abr	8h-12h
	05/abr	13h-17h
	08/abr	19h-22h
2.º trimestre		
RTP1	05/jun	8h-12h
	07/jun	13h-17h
	10/jun	19h-22h
SIC	05/jun	8h-12h
	07/jun	13h-17h
	10/jun	19h-22h
TVI	05/jun	8h-12h
	07/jun	13h-17h
	10/jun	19h-22h
3.º trimestre		
Porto Canal	08/ago	8h-12h
	10/ago	13h-17h
	12/ago	19h-22h
Hollywood	08/ago	8h-12h
	10/ago	13h-17h
	12/ago	19h-22h
CMTV	08/ago	8h-12h
	10/ago	13h-17h
	12/ago	19h-22h
SIC K	12/set	8h-12h
	14/set	13h-17h
	16/set	19h-22h
4.º trimestre		
TVI	20/nov	8h-12h
	22/nov	13h-17h
	24/nov	19h-22h
SIC	20/nov	8h-12h
	22/nov	13h-17h
	24/nov	19h-22h
RTP	20/nov	8h-12h
	22/nov	13h-17h
	24/nov	19h-22h
Biggs	18/dez	8h-12h
	20/dez	13h-17h
	22/dez	19h-22h
Canal Panda	18/dez	8h-12h
	20/dez	13h-17h
	22/dez	19h-22h

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:

- 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.
- Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa Nugen Audio Vism-H, obtendo-se o valor global em LUFS para cada evento determinado.

4.3. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra identificada e atendendo aos eventos analisados, em 2023, apuraram-se os resultados constantes da Figura 13.

FIG. 6 – RESULTADOS DA AVALIAÇÃO DO VOLUME SONORO-2022

Serviço de programas	Evento	1.º trimestre		2.º trimestre		3.º trimestre		4.º trimestre	
		LUFS	Nível sonoro	LUFS	LUFS	LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro
TVCine Edition	Programas	-23,5	Adequado						
	Autopromoções	-23,1	Adequado						
TVCine TOP	Programas	-23,6	Adequado						
	Autopromoções	-23,1	Adequado						
RTP 1	Programas			-23,3	Adequado			-22,6	Adequado
	Autopromoções			-22,4	Adequado			-22,6	Adequado
	Publicidade			-22,4	Adequado			-22,7	Adequado
SIC	Programas			-22,7	Adequado			-22,7	Adequado
	Autopromoções			-22,7	Adequado			-22,7	Adequado
	Publicidade			-22,7	Adequado			-22,7	Adequado
TVI	Programas			-22,6	Adequado			-22,8	Adequado
	Autopromoções			-22,7	Adequado			-22,7	Adequado
	Publicidade			-23	Adequado			-23,2	Adequado
Porto Canal	Programas					-22,4	Adequado		
	Autopromoções					-24,1	Adequado		
	Publicidade					-22,4	Adequado		
Hollywood	Programas					-24,2	Adequado		
	Autopromoções					-24,6	Adequado		
SIC K	Programas					-22,4	Adequado		
	Autopromoções					-23,4	Adequado		
CMTV	Programas			-		-22,3	Adequado		
	Autopromoções					-22,6	Adequado		
	Publicidade					-23,3	Adequado		
Biggs	Programas							-23	Adequado
	Autopromoções							-23,4	Adequado
Canal Panda	Programas							-23,4	Adequado
	Autopromoções							-23,2	Adequado
	Publicidade							-23,4	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-se níveis de volume sonoro adequados (-23 LUFS, ± 1 LU), de acordo com a Diretiva 2016/1.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS E SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO



1. VISÃO GLOBAL

As obrigações de acessibilidade das emissões televisivas às pessoas com necessidades especiais, previstas no Plano Plurianual (doravante Plano), englobam os seguintes serviços de programas de televisão sob jurisdição do Estado Português: RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira (serviço público); SIC e TVI (privados generalistas de acesso não condicionado livre); e SIC Notícias, CNN Portugal, CMTV e Porto Canal (generalistas e temáticos informativos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional). Estão ainda abrangidos por obrigações específicas os serviços audiovisuais a pedido NOS Play, NOS Videoclube, Nowo Videoclube, OPTO, RTP Play e TVI Player.

Verificou-se que o operador de serviço público cumpriu na generalidade as obrigações previstas para os seus serviços de programas televisivos quanto à disponibilização nas emissões das diversas acessibilidades televisivas.

Na RTP 2, a legendagem em direto não atingiu as horas estipuladas no Plano nas semanas analisadas, facto que o operador justificou alegando não emitir programação, em direto, em volume suficiente para cumprir a obrigação.

A legendagem, trabalhada ou em direto, começou a ser disponibilizada na emissão da RTP 3 apenas a partir do 3.º trimestre de 2023, tendo o operador esclarecido que, anteriormente, este serviço não comportava o sistema de legendagem em direto.

A legendagem em direto foi disponibilizada na RTP Madeira a partir do 2.º trimestre de 2023, e na RTP Açores a partir do 3.º trimestre de 2023.

Em ambos os serviços de programas, ainda não foi implementada a legendagem trabalhada, alegando o operador que tanto a RTP Madeira como a RTP Açores não comportam a tecnologia que permite emitir com acompanhamento de legendagem trabalhada.

O operador público cumpre as obrigações em matéria de acompanhamento da emissão com interpretação em **língua gestual portuguesa** nos seus serviços de programas **RTP1, RTP2, RTP3, RTP Madeira e RTP Açores**, ultrapassando largamente o número mínimo de horas semanais exigido no Plano.

O número de horas previsto no Plano para a acessibilidade de **audiodescrição** foi cumprido nos serviços abrangidos por esta obrigação, **RTP1 e RTP 2**, tendo sido largamente excedido no primeiro canal de serviço público.

A **SIC e TVI** cumpriram a obrigação de **legendagem trabalhada**, tendo ultrapassado o mínimo de 20 horas exigido.

Nos serviços generalistas SIC e TVI, foi emitida programação acompanhada de **língua gestual portuguesa que ultrapassou significativamente o mínimo de 10 horas indicado no Plano**.

Os operadores privados generalistas, SIC e TVI, devem emitir pelo menos 5 horas de programas acompanhados de audiodescrição em cada trimestre, tendo cumprido plenamente esta obrigação, em todos os trimestres, quanto ao volume de horas de programação acompanhado por esta acessibilidade.

Relativamente aos serviços de programas temáticos de informação, verificou-se que a **CNN PORTUGAL** **cumpriu** as horas previstas no Plano para a **legendagem trabalhada**, tendo a **SIC Notícias** iniciado o acompanhamento da programação com esta acessibilidade na semana de 25 de agosto a 1 de setembro (semana 39).

Quanto à legendagem em direto, o serviço de programas **CMTV** incorporou esta obrigação apenas desde o **2.º trimestre**. Quanto ao **Porto Canal**, **verifica-se que não foi disponibilizada a legendagem em 2023**.

No que respeita à obrigação de emitir **6 horas semanais de programação acompanhada de Língua gestual portuguesa**, verificou-se que, na generalidade, esta foi cumprida nos serviços temáticos de informação.

Importa ainda referir a recomendação contida no Plano quanto à necessidade de tornar cada vez mais acessíveis as emissões televisivas e a premência de serem envidados esforços por parte dos operadores no sentido de disponibilizarem na emissão dos seus serviços de programas as diversas acessibilidades, acompanhando os desenvolvimentos tecnológicos neste âmbito.

O Plano contempla ainda um conjunto de obrigações dos **serviços audiovisuais a pedido** sob jurisdição portuguesa e não isentos por força do baixo volume de negócios, estabelecendo que estes devem apresentar à ERC, desde janeiro de 2023, planos de incorporação de ferramentas de acessibilidade nos seus catálogos, com caráter progressivo de integração.

Os planos devem integrar ferramentas de acesso aos conteúdos e prever, sempre que possível, a legendagem, língua gestual portuguesa ou audiodescrição nos conteúdos.

Tendo por base a informação remetida por estes operadores, conclui-se que cumpriram, na generalidade, as metas propostas para o uso de acessibilidades nos respetivos serviços de programas no ano de 2023, revelando, em casos pontuais, alguma progressividade no segundo semestre. Porém, globalmente, os relatórios dos operadores não demonstraram um desenvolvimento expressivo face aos planos de incorporação de acessibilidades que apresentaram no ano transato, nem acréscimos substantivos face ao primeiro semestre (excetuando algumas introduções no operador NOS). Os avanços nesta matéria estão dependentes de uma real motivação dos operadores e fornecedores de conteúdos, pelo que a ERC propõe a elaboração de proposta e planos mais ambiciosos, quantificáveis e atingíveis, para além da partilha de melhores práticas.

2. ENQUADRAMENTO

A Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido 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 e 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 referido artigo acrescenta ainda, no seu n.º 3, que, «[n]a 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».

O Conselho Regulador da ERC deliberou aprovar o Plano Plurianual¹ (doravante Plano), em vigência de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025, e segmentado em dois períodos temporais distintos, uma primeira fase que se iniciou a 1 de janeiro e se estende até 31 de dezembro de 2023 e uma segunda fase que decorre entre 1 de janeiro de 2024 e 31 de dezembro de 2025.

O Plano contém deveres diferenciados para os serviços generalistas, para os serviços temáticos de informação e, ainda, deveres específicos destinados aos serviços audiovisuais a pedido.

Sem prejuízo das obrigações a que estão sujeitos os operadores público e privados, o Plano foca de forma clara que os operadores devem tomar medidas para tornar os seus serviços cada vez mais acessíveis por pessoas surdas ou com deficiência auditiva, pessoas cegas ou com visão parcial por meio de língua gestual portuguesa, serviços de tele-texto, legendagem e audiodescrição, diariamente ou em intervalos regulares.

O presente relatório analisa os dados de 2023, face às exigências previstas no Plano para o primeiro período, de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2023, quanto ao acompanhamento das emissões com acessibilidades de Legendagem (LEG) (trabalhada e/ou automática), Língua Gestual Portuguesa (LGP) e Audiodescrição (AUD).

O atual Plano determina, pela primeira vez, no Ponto 29.1 do Capítulo V - Regras Complementares, que «[n]o final de cada trimestre e no prazo de 20 dias, os operadores remetem os dados que contenham os programas por dias, horário, duração, género e ferramenta(s) disponibilizadas ao público no trimestre em referência.»

Analisadas as informações remetidas pelos operadores no cumprimento da referida regra constatou-se a existência de algumas discrepâncias entre os dados do operador e os apuramentos da ERC, que tem como fonte os dados do sistema de informação YUMI/Marktest.

¹ Aprovado pela Deliberação ERC/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro e alterado pela Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto.

As divergências detetadas terão tido na sua origem causas variadas, designadamente:

- i) A diferença na contagem do tempo de duração dos programas com acessibilidades;
- ii) A ausência de sinalética indicadora da presença da acessibilidade;
- iii) A não contabilização por parte do operador de mais de cinco exibições do mesmo programa, dado de difícil sinalização, através dos dados disponíveis.

De assinalar que a ERC elabora um relatório trimestral relativo ao cumprimento do Plano Plurianual, com base na amostra aleatória de uma semana por mês no que se refere às obrigações de LEG e LGP e do universo total de AUD. Sem prejuízo desta análise, o operador é consultado quanto às discrepâncias detetadas, sendo as justificações, sempre que passíveis de confirmação, incorporadas no presente capítulo.

3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

RTP - Rádio e Televisão de Portugal - RTP1/RTP2/RTP3/RTP Madeira/ RTP Açores

FIG. 1 – OBRIGAÇÕES DO OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO RTP - RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

RTP1

(60 % - 08/00h)

LEG trabalhada -25h semanais

LEG em direto - 25h semanais

LGP -17h semanais (intérprete de LGP com dimensão não inferior a 1/15 do ecrã, sendo recomendável 1/6)

AUD -20h por trimestre

RTP2

(60 % - 08/00h)

LEG trabalhada -25h semanais

LEG em direto-15h semanais

LGP-14h semanais (intérprete de LGP com dimensão não inferior a 1/15 do ecrã, sendo 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 com janela de intérprete não inferior a 1/15 do ecrã, sendo recomendável 1/6

RTP Madeira e RTP Açores

LEG trabalhada - 2h semanais ou LEG 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

3.1. LEGENDAGEM (LEG)

3.1.1. RTP1 e RTP 2

Nos serviços de programas **RTP1 e RTP2**, foram cumpridas as obrigações de legendagem trabalhada, tendo sido **ultrapassado o número mínimo de 25 horas indicado no Plano**, com exceção da semana 42, na emissão da RTP1.

Quanto à legendagem em direto, verificou-se o seu cumprimento na RTP 1, porém, na RTP2 não foi alcançado o número de horas mínimo de programação acompanhada desta acessibilidade.

Para justificar esta insuficiência, o operador alegou que na RTP2 a programação em direto não preenche o volume de programação necessária ao cumprimento da obrigação, pelo que se deverá aplicar o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano.

Os programas acompanhados de legendagem (trabalhada/programação em direto) distribuíram-se por diversos géneros, tais como Noticiários, Informação especializada, Documentários, *Magazines*, Filmes, Novelas, Musicais, Concursos e *Talk-shows*.

FIG. 2 – LEGENDAGEM TRABALHADA – RTP1

RTP 1 - LEGENDAGEM TRABALHADA			
Obrigação	25:00:00	Horário	Horário
Semana	Total hh:mm:ss	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	32:43:41	20:49:54	11:53:47
6	24:58:32	17:19:24	7:39:08
11	25:53:30	18:57:33	6:55:57
16	28:43:16	22:09:16	6:34:00
19	25:05:56	12:55:52	12:10:04
25	25:28:05	17:25:49	8:02:16
30	25:00:47	16:22:17	8:38:30
32	31:26:10	20:43:43	10:42:27
37	34:57:43	14:22:34	20:35:09
42	24:25:34	11:16:16	13:09:18
47	27:22:00	14:56:33	12:25:27
50	28:14:20	14:26:31	13:47:49

FIG. 3 – GRÁF. LEGENDAGEM TRABALHADA – RTP1

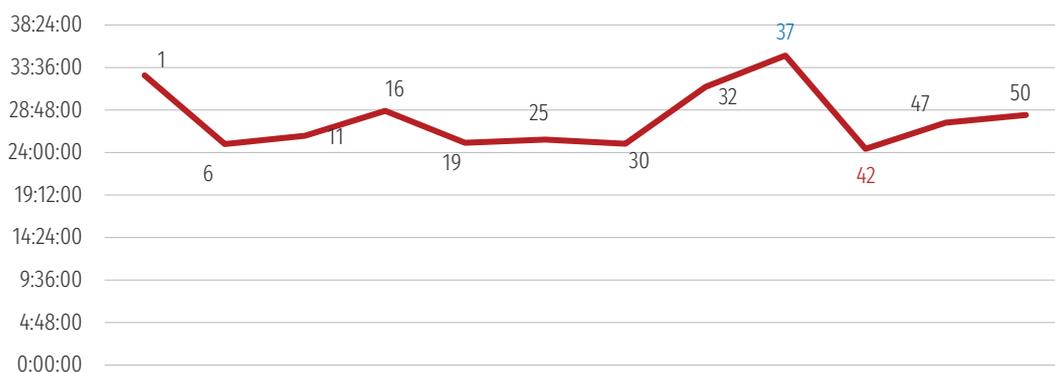
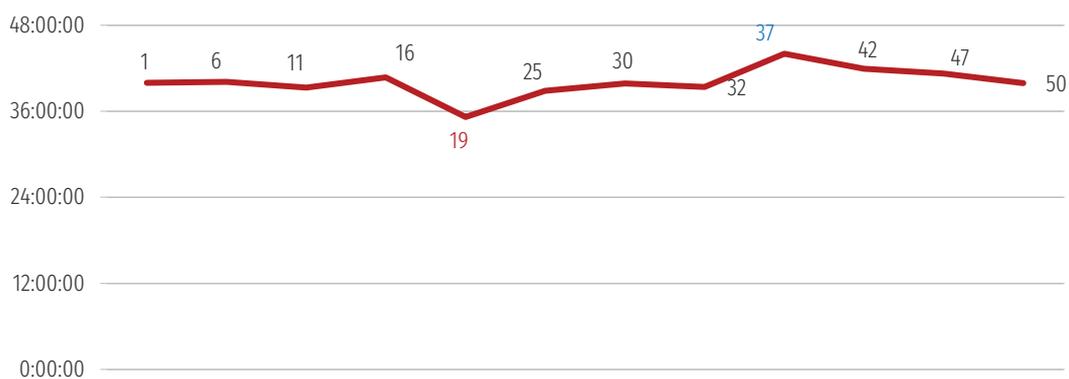


FIG. 4 – LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP1

RTP1 - LEGENDAGEM EM DIRETO			
Obrigação	25:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	39:58:38	34:09:00	5:49:38
6	40:06:14	34:35:37	5:30:37
11	39:20:32	34:09:44	05:10:48
16	40:45:14	32:55:03	7:50:11
19	35:13:30	28:53:48	6:19:42
25	38:52:57	31:02:25	7:50:32
30	39:54:54	32:06:04	7:48:50
32	39:25:18	31:55:08	7:30:10
37	44:02:06	34:01:53	10:00:13
42	41:58:07	31:57:57	10:00:10
47	41:15:50	33:15:43	8:00:07
50	39:56:18	29:56:07	10:00:11

FIG. 5 – GRÁF. LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP1



Os programas acompanhados de legendagem distribuíram-se por diversas tipologias, nomeadamente noticiários, *magazines*, documentários, *infotainment*, informação especializada, filmes, séries, programas infantis, musicais e religiosos.

Já quanto ao tempo de acompanhamento da emissão através de **legendagem em direto**, verificou-se que este ficou **aquém do mínimo de 15 horas**, indicado no Plano.

A legendagem em direto tem estado presente nos programas Jornal 2 e Sociedade Civil, sendo que, neste ponto, o operador referiu que «[n]a RTP2 não existe suficiente programação em direto para cumprir a obrigação exigida».

Atendendo à justificação do operador e analisada a programação da RTP2, confirmou-se que a programação em direto não preenche a grelha deste serviço por forma a permitir ao operador cumprir a obrigação. No caso em apreço, aplica-se o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano.

FIG. 6 – LEGENDAGEM TRABALHADA – RTP2

RTP2 - LEGENDAGEM TRABALHADA			
Obrigação	25:00:00	Horário	Horário
Semana	Total hh:mm:ss	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	44:28:55	35:59:46	8:29:09
6	46:11:21	40:40:57	5:30:24
11	53:25:16	48:38:07	4:47:09
16	55:47:33	44:16:30	3:13:46
19	55:34:54	49:57:10	5:37:44
25	54:16:03	41:08:03	13:08:00
30	59:48:28	53:13:28	6:35:00
32	55:34:54	53:13:28	2:41:23
37	46:32:56	42:32:09	4:00:47
42	52:07:56	47:35:24	4:32:32
47	43:57:13	39:40:28	4:16:45
50	42:43:40	40:05:14	2:38:26

FIG. 7 – GRÁF. LEGENDAGEM TRABALHADA – RTP2

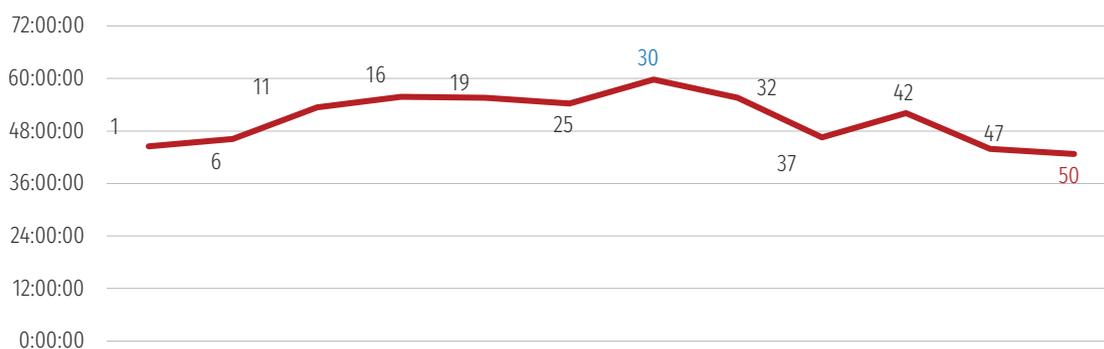
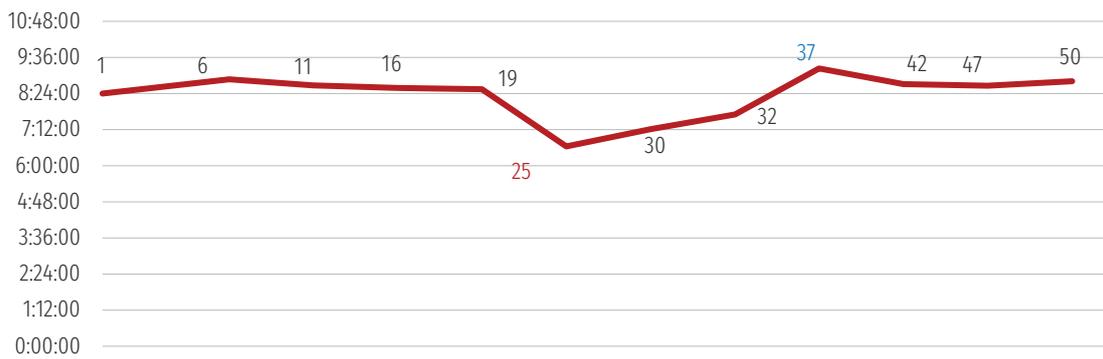


FIG. 8 – LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP2

RTP2 - LEGENDAGEM TRABALHADA			
Obrigação	15:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	8:37:29	8:37:29	
6	8:51:57	8:51:57	
11	8:39:58	8:39:58	
16	8:35:21	8:35:21	
19	8:32:47	8:32:47	
25	6:38:37	6:38:37	
30	7:13:09	7:13:09	0:00:00
32	7:42:02	7:42:02	
37	9:13:41	9:13:41	
42	8:42:44	8:42:44	
47	8:39:24	8:39:24	
50	8:48:33	8:48:33	

FIG. 9 – GRÁF. LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP2



3.1.2. RTP3

Em matéria de legendagem, o serviço temático de informação RTP3 tem por obrigação emitir 2 horas semanais de legendagem trabalhada ou 4 horas semanais de legendagem em direto.

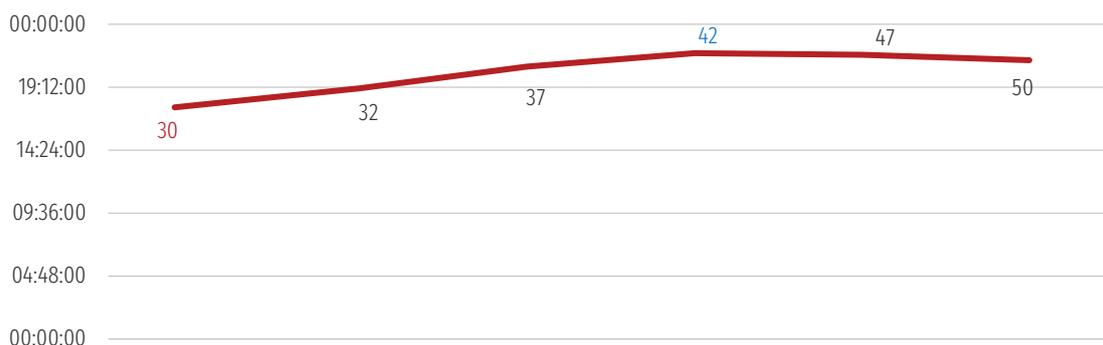
A legendagem, trabalhada ou em direto, começou a ser disponibilizada na emissão da RTP 3 a partir do 3.º trimestre de 2023, alegando o operador que anteriormente este serviço ainda não comportava o sistema de legendagem em direto.

Nas semanas da amostra dos 3.º e 4.º trimestres, foram acompanhados de **legendagem em direto** diversos programas informativos, incluindo Noticiários, que preencheram um número de horas semanal **muito superior ao mínimo de 4 horas** indicado no Plano.

FIG. 10 – LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP3

RTP 3 - LEGENDAGEM EM DIRETO			
Obrigação	4:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
30	17:48:23	11:03:12	11:03:12
32	19:06:40	12:18:22	12:18:22
37	20:46:34	11:32:03	11:32:03
42	21:48:18	12:47:51	9:00:35
47	21:40:19	11:40:16	10:00:03
50	21:15:56	11:15:48	10:00:08

FIG. 11 – GRÁF. LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP3



3.1.3. Serviços de programas de âmbito regional destinados às Regiões Autónomas – RTP Madeira e RTP Açores

O operador público deve emitir, pelo menos, 2 horas de legendagem trabalhada ou 4 horas de legendagem em direto, por semana, nos serviços **RTP Madeira e RTP Açores**.

A legendagem em direto foi disponibilizada na **RTP Madeira a partir do 2.º trimestre e na RTP Açores a partir do 3.º trimestre**.

Na **RTP Madeira**, excetuando o 1.º trimestre, foi emitida programação que excedeu significativamente as 4 horas semanais de legendagem em direto.

Na **RTP Açores**, no 3.º e 4.º trimestres, foram transmitidas com legendagem em direto as 4 horas previstas no Plano, exceto na semana 50 em que se situou aquém do mínimo exigido.

Em ambos os serviços de programas, ainda não foi implementada a legendagem trabalhada, alegando o operador que tanto a RTP Madeira como a RTP Açores não comportam a tecnologia que permite emitir com acompanhamento de legendagem trabalhada, contudo consideram-se cumpridas as obrigações de acompanhamento de programação com legendagem.

FIG. 12 – LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP MADEIRA

RTP Madeira - LEGENDAGEM EM DIRETO	
Obrigação	04:00:00
Semana	Total (hh:mm:ss)
16	19:18:18
19	17:21:42
25	19:26:20
30	17:48:23
32	19:06:40
37	20:46:34
42	21:48:18
47	21:27:12
50	20:09:53

FIG. 13 – GRÁF. LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP MADEIRA

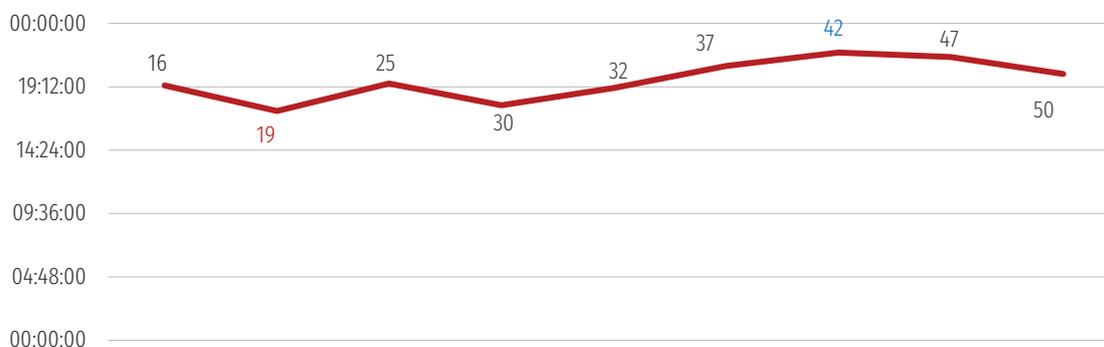
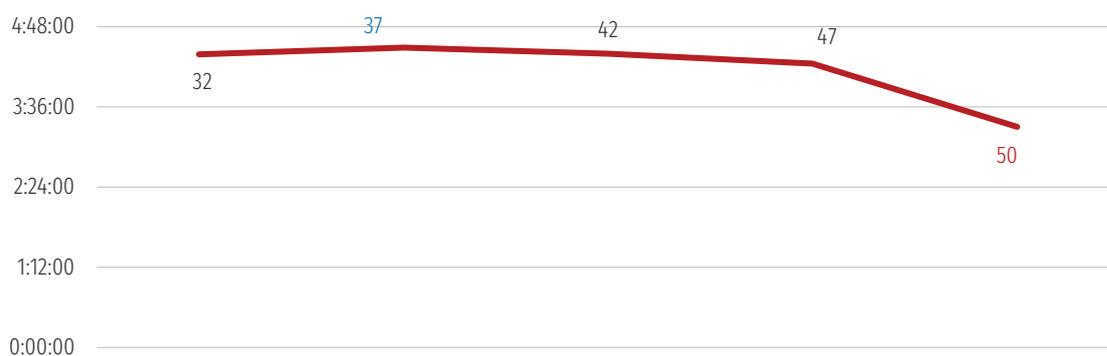


FIG. 14 – LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP AÇORES

RTP Açores - LEGENDAGEM EM DIRETO	
Obrigação	4:00:00
Semana	Total (hh:mm:ss)
32	4:23:08
37	4:29:16
42	4:23:44
47	4:14:55
50	3:18:09

FIG. 13 – GRÁF. LEGENDAGEM EM DIRETO – RTP MADEIRA



3.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA (LGP) - 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** nos seus serviços de programas, **RTP1, RTP2, RTP3, RTP Madeira e RTP Açores, ultrapassando largamente o número mínimo de horas semanais exigido no Plano.**

O operador cumpre igualmente a obrigação do atual Plano quanto à dimensão mínima da janela do intérprete de LGP, que correspondente a 1/15 da imagem total.

A programação acompanhada de LGP abrangeu géneros variados tais como noticiários, *magazines* informativos, religiosos, infantis-juvenis e *talk-shows*.

FIG. 16 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP1

RTP 1 - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	17:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	60:46:27	54:14:15	6:32:12
6	64:37:06	53:57:22	10:39:44
11	57:04:35	50:32:37	6:31:58
16	65:08:10	54:24:43	10:43:27
19	63:36:14	53:20:30	10:15:44
25	54:27:24	46:45:56	7:41:28
30	70:57:28	54:26:27	16:31:01
32	60:54:15	49:30:50	11:23:25
37	68:18:30	56:18:51	11:59:39
42	53:52:40	53:29:49	00:22:51
47	53:18:44	52:57:42	00:21:02
50	68:18:30	56:18:51	11:59:39

FIG. 17 - GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP1

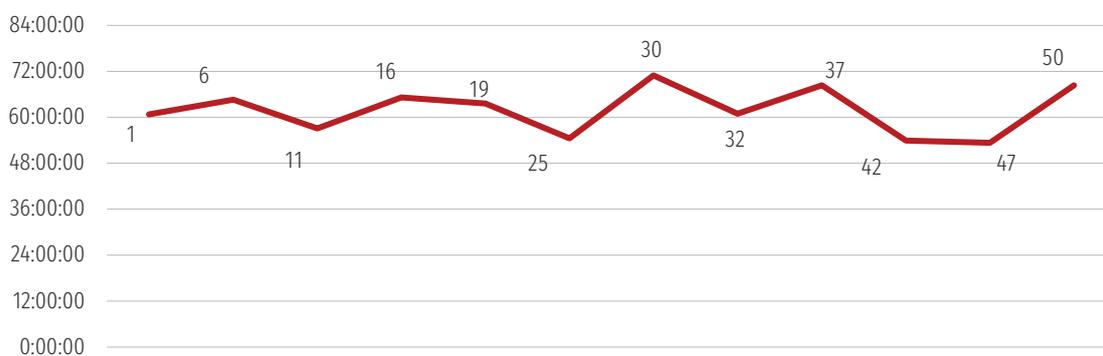


FIG. 18 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP2

RTP 2 - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigaçào	14:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	20:51:21	14:22:27	6:28:54
6	23:18:16	15:57:07	7:21:09
11	22:32:56	16:26:51	6:06:05
16	23:45:03	14:31:17	9:13:46
19	27:38:46	15:05:35	12:33:11
25	24:15:17	14:57:12	9:18:05
30	23:20:41	13:57:25	9:23:16
32	17:53:12	11:37:20	6:15:52
37	22:05:36	13:01:12	9:04:24
42	28:09:45	16:04:34	12:05:11
47	27:41:00	14:58:19	12:42:41
50	23:15:30	14:58:21	8:17:09

FIG. 19 - GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP2

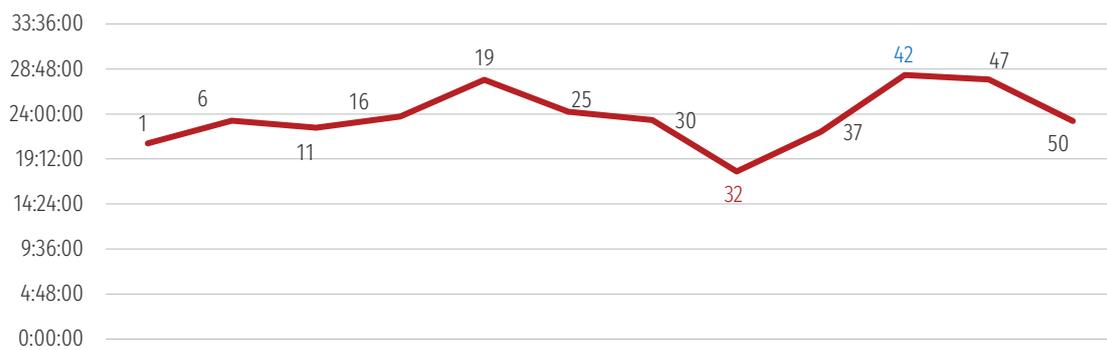


FIG. 20 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP3

RTP3 - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigaçào	10:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	34:55:39	21:03:57	13:51:42
6	33:53:21	20:10:49	13:42:32
11	33:54:09	19:48:22	14:05:47
16	38:35:40	24:28:00	14:07:40
19	40:08:13	25:23:46	14:44:27
25	39:14:28	22:53:27	16:21:01
30	36:49:41	22:59:52	13:49:49
32	35:34:02	22:13:54	13:20:08
37	35:00:10	19:40:08	15:20:02
42	32:29:44	17:39:40	14:50:04
47	33:03:46	17:45:41	15:18:05
50	32:16:35	18:07:53	14:08:42

FIG. 21 – GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP3

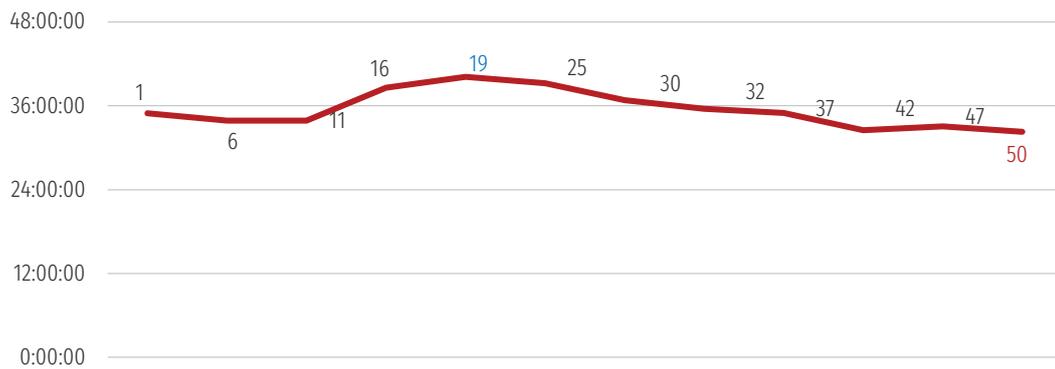


FIG. 22 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP MADEIRA

RTP Madeira - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	10:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	32:51:20	19:49:00	13:02:20
6	32:50:25	19:47:26	13:02:59
11	34:05:42	20:47:22	13:18:20
16	24:33:16	10:22:27	14:10:49
19	23:15:57	10:36:30	12:39:27
25	23:19:22	8:53:05	14:26:17
30	35:12:02	21:31:18	13:40:44
32	35:22:59	21:36:41	13:46:18
37	34:13:49	20:05:03	14:08:46
42	33:23:57	18:34:38	14:49:19
47	30:31:03	17:19:35	13:11:28
50	30:00:46	15:48:59	14:11:47

FIG. 23 - GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP MADEIRA

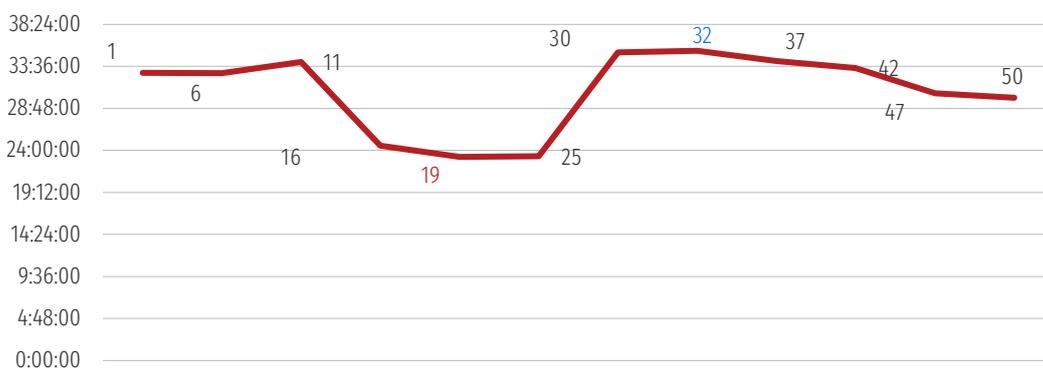
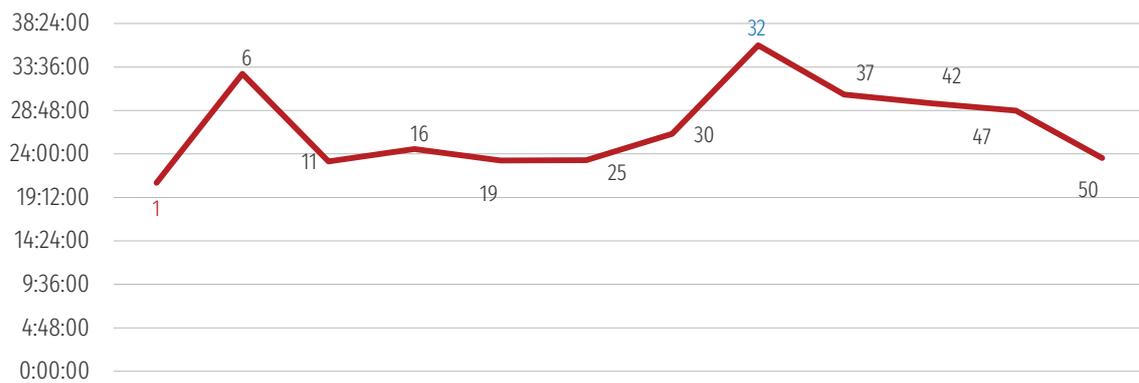


FIG. 24 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP AÇORES

RTP Açores - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	10:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	20:49:15	10:37:23	10:11:52
6	32:50:25	10:46:08	12:49:23
11	23:11:14	09:38:46	13:32:28
16	24:33:16	10:22:27	14:10:49
19	23:15:57	10:36:30	12:39:27
25	23:19:22	08:53:05	14:26:17
30	26:11:57	11:59:24	14:12:33
32	36:00:08	20:21:16	15:38:52
37	30:34:18	16:09:07	14:25:11
42	29:35:39	15:59:00	13:36:00
47	28:46:22	14:34:48	14:11:34
50	25:33:05	12:54:39	12:38:26

FIG. 25 — GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – RTP AÇORES



3.3. AUDIODESCRIÇÃO (AUD) - RTP1 e RTP2

O recurso à audiodescrição nos programas é uma obrigação que abrange apenas os serviços de programas generalistas - RTP1, RTP2, SIC e TVI.

O número de horas **previsto no Plano para a RTP1 e RTP 2 foi ultrapassado**, em particular, no primeiro canal de serviço público.

Os programas que beneficiaram da ferramenta de audiodescrição integram-se nas tipologias de ficção (séries e filmes), documentários e programas religiosos.

FIG. 26 – AUDIODESCRIÇÃO – RTP1

RTP1 - AUDIODESCRIÇÃO			
Obrigaçào	20:00:00	Horário	Horário
Trimestre	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1.º TRIM	27:09:47	27:09:47	0:00:00
2.º TRIM	52:57:01	45:42:45	7:14:16
3.º TRIM	39:32:53	30:16:56	9:15:57
4.º TRIM	47:33:32	29:08:58	18:24:34

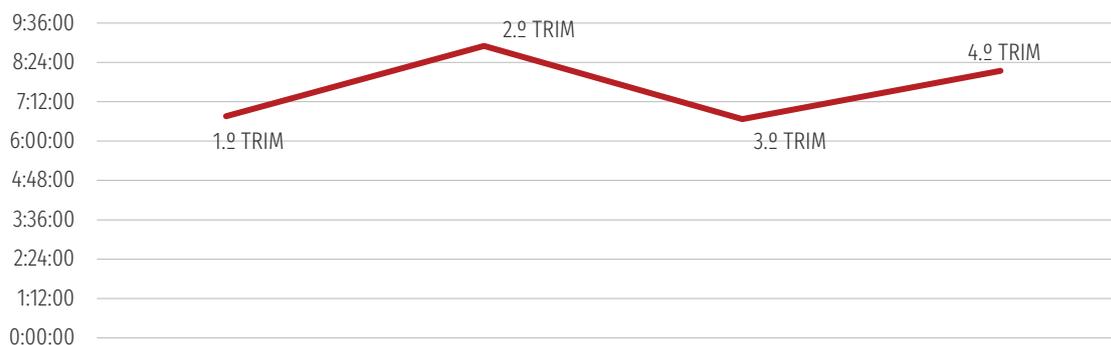
FIG. 27 — GRÁF. AUDIODESCRIÇÃO – RTP1



FIG. 28 – AUDIODESCRIÇÃO – RTP2

RTP 2 - AUDIODESCRIÇÃO			
Obrigaçào	6:00:00	Horário	Horário
Trimestre	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1.º TRIM	6:45:36	4:34:56	2:10:40
2.º TRIM	8:53:59	5:26:46	3:27:13
3.º TRIM	6:39:53	5:35:03	1:04:50
4.º TRIM	8:08:32	5:35:03	2:33:29

FIG. 29 — GRÁF. AUDIODESCRIÇÃO – RTP2



4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL - SIC e TVI

FIG. 30 – OBRIGAÇÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

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

4.1. LEGENDAGEM TRABALHADA

Relativamente aos serviços de programas generalistas SIC e TVI constata-se que cumpriram a obrigação de legendagem trabalhada, tendo ultrapassado o mínimo de 20 horas exigido.

Os programas acompanhados de legendagem trabalhada distribuíram-se por géneros variados, tais como *magazines*, documentários, novelas, séries, desenhos animados, talkshows, *reality shows*, concursos e programas de Humor.

FIG. 31 – LEGENDAGEM TRABALHADA – SIC/TVI

Obrigação	LEGENDAGEM TRABALHADA					
	SIC			TVI		
	20:00:00	Horário	Horário	20:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	28:47:01	18:21:32	09:41:57	32:30:53	16:39:14	15:51:39
6	32:56:14	16:33:18	16:22:56	38:10:40	17:19:59	20:50:41
11	24:07:36	11:27:54	12:39:42	28:55:01	17:20:53	11:34:08
16	27:53:57	14:28:25	13:25:32	30:19:12	14:35:53	15:43:19
19	25:37:52	16:52:18	08:45:34	32:21:45	16:57:45	15:24:00
25	24:00:30	16:07:43	07:52:47	27:16:46	14:01:35	13:15:11
30	23:26:03	14:55:52	08:30:11	29:46:22	14:36:16	15:10:06
32	27:03:03	16:53:41	10:09:22	34:12:34	17:33:30	16:39:04
37	30:39:37	19:56:41	10:42:56	27:12:58	10:39:08	16:33:50
42	31:20:03	19:28:06	11:51:57	31:12:29	15:50:21	15:22:08
47	29:49:10	16:21:24	13:27:46	32:28:13	14:25:50	18:02:23
50	23:27:11	14:38:21	08:48:50	30:17:14	13:51:14	16:26:00

FIG. 32 – GRÁF. LEGENDAGEM TRABALHADA – SIC/TVI



4.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA (LGP)

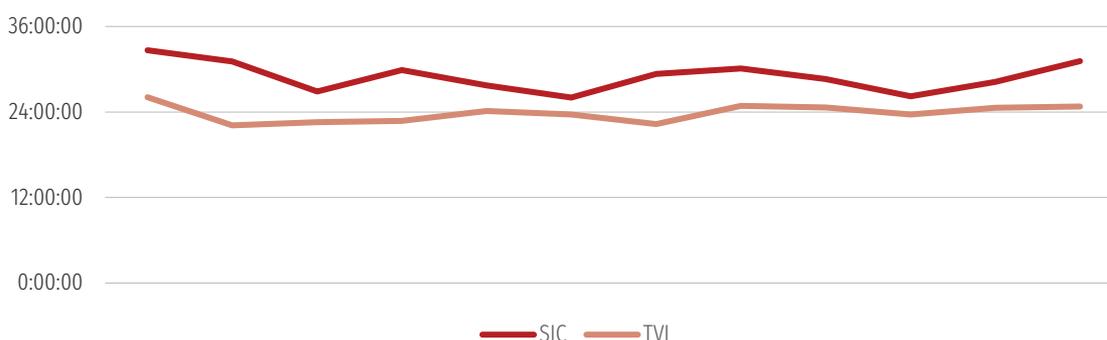
Nos serviços generalistas SIC e TVI, foi emitida programação acompanhada de língua gestual portuguesa que **ultrapassou significativamente o mínimo de 10 horas indicado no Plano**.

Os programas que beneficiaram desta acessibilidade incluíram-se em diversos géneros, tais como noticiários, talkshows, variedades e programas religiosos (TVI).

FIG. 33 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – SIC E TVI

Obrigação	LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA					
	SIC			TVI		
	10:00:00	Horário	Horário	10:00:00	Horário	Horário
Semana	Total (hh:mm:ss)	08h-00h	00h-08h	Total (hh:mm:ss)	08h-00h	00h-08h
1	32:40:54	30:39:09	2:01:45	26:03:57	26:03:57	0:00:00
6	31:06:54	31:06:54	0:00:00	22:08:16	22:08:16	0:00:00
11	26:53:04	26:53:04	0:00:00	22:34:22	22:34:22	0:00:00
16	29:54:35	26:19:15	3:35:20	22:45:16	22:45:16	0:00:00
19	27:44:15	27:44:15	0:00:00	24:10:16	24:10:16	0:00:00
25	26:03:33	26:03:33	0:00:00	23:38:57	23:38:57	0:00:00
30	29:22:34	29:22:34	0:00:00	22:18:52	22:45:16	0:00:00
32	30:07:53	30:07:53	0:00:00	24:52:31	24:10:16	0:00:00
37	28:38:04	28:38:04	0:00:00	24:38:13	23:38:57	0:00:00
42	26:13:01	26:13:01	0:00:00	23:38:22	23:38:22	0:00:00
47	28:13:51	28:13:51	0:00:00	24:36:14	24:36:14	0:00:00
50	31:09:43	31:09:43	0:00:00	24:47:08	24:47:08	0:00:00

FIG. 34 – GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – SIC E TVI



4.3. AUDIODESCRIÇÃO (AD)

A ferramenta de audiodescrição é uma obrigação específica dos serviços de programas generalistas e é essencialmente usada em programas de ficção ou documentários.

Os operadores privados devem emitir pelo menos 5 horas de programas acompanhados de audiodescrição em cada trimestre e cumprirem esta obrigação plenamente, tendo ultrapassado em todos os trimestres o tempo indicado no Plano.

Importa salientar o desempenho da SIC e TVI que revelaram um desempenho muito superior ao exigido.

FIG. 35 – AUDIODESCRIÇÃO – SIC E TVI

Obrigação	AUDIODESCRIÇÃO					
	SIC			TVI		
	5:00:00	Horário	Horário	5:00:00	Horário	Horário
trimestral	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1.º TRIM	8:17:18	8:17:18	0:00:00	23:42:23	18:31:07	5:11:16
2.º TRIM	10:00:40	8:30:28	1:30:12	67:40:44	54:59:28	12:41:16
3.º TRIM	15:54:00	15:54:00	0:00:00	41:47:19	34:21:51	7:25:28
4.º TRIM	24:41:49	17:27:58	7:13:51	31:18:58	19:39:22	11:39:36

FIG. 36 — GRÁF. AUDIODESCRIÇÃO – SIC E TVI



5. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

Serviços de programas generalistas e temáticos de informação de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional - SIC Notícias, CNN PORTUGAL, CMTV e Porto Canal

FIG. 37 – OBRIGAÇÕES DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE INFORMAÇÃO DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA

SIC Notícias, CNN PORTUGAL, CMTV, Porto Canal

(60 % - 08/00h)

LEG trabalhada -2h semanais ou LEG 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.

5.1. LEGENDAGEM TRABALHADA

Os serviços de programas temáticos de informação **Porto Canal/ CMTV/SIC Notícias/CNN** estão sujeitos à obrigação de fazer acompanhar **2h semanais de programas com legendagem trabalhada ou 4 horas com legendagem em direto.**

Nos serviços de programas **SIC Notícias e CNN PORTUGAL**, foram ultrapassadas em todas as semanas da amostra as horas de emissão previstas no Plano para **legendagem trabalhada.**

FIG. 38 – LEGENDAGEM TRABALHADA - SIC NOTÍCIAS

SIC NOTÍCIAS - LEGENDAGEM TRABALHADA			
Obrigaçã	2:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total	08h-00h (60 %)	00h-08h
42	3:33:19	1:17:31	2:15:48
47	3:36:30	1:59:06	1:37:24
50	2:32:28	0:37:52	1:54:36

FIG. 39 – LEGENDAGEM TRABALHADA – CNN PORTUGAL

SIC NOTÍCIAS - LEGENDAGEM TRABALHADA			
Obrigaçã	2:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	2:52:20	2:52:20	0:00:00
6	7:20:21	6:49:49	0:30:32
11	9:29:27	7:09:20	2:20:07
16	9:59:36	7:33:53	2:25:43
19	8:05:04	6:38:49	1:26:15
25	9:48:14	6:51:04	2:57:10
30	9:49:48	7:08:34	2:41:14
32	10:54:51	9:17:59	1:36:52
37	10:22:21	7:37:55	2:44:26
42	10:36:45	6:49:35	3:47:10
47	10:37:09	5:46:43	4:50:26
50	9:33:23	6:42:51	2:50:32

Quanto à CMTV o operador informou a ERC que iria disponibilizar a legendagem em direto de mais um programa da grelha a partir de setembro de 2023, por forma a perfazer as 4 horas mínimas previstas no Plano.

Verificou-se, assim, que no **4.º trimestre o operador já cumpriu as horas determinadas no Plano**, acompanhando de legendagem o programa “Direto CM”, uma vez que o programa “Rua Segura” não teria a duração suficiente para assegurar o mínimo semanal indicado para esta acessibilidade.

FIG. 40 – LEGENDAGEM EM DIRETO – CMTV

CMTV - LEGENDAGEM EM DIRETO			
Obrigação	4:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
16	4:56:29	4:56:29	
19	2:40:56	2:40:56	
25	2:27:48	2:27:48	
30	2:25:12	2:25:12	
32	2:40:47	2:40:47	00:00:00
37	2:28:29	2:28:29	
42	7:46:30	7:46:30	
47	8:42:15	8:42:15	
50	7:45:55	7:45:55	

A ERC **não identificou programas acompanhados de legendagem trabalhada no Porto Canal**, nas semanas analisadas.

O operador foi advertido pela ERC para a necessidade do estrito cumprimento do Plano, através da inclusão de programas acompanhados por legendagem trabalhada ou legendagem em direto, no primeiro trimestre de 2024. Foi igualmente advertido que o incumprimento desta recomendação resultará na abertura de procedimento contraordenacional.



5.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA (LGP)

No que respeita à obrigação de emitir 6 horas semanais de programação acompanhada de Língua gestual portuguesa, verificou-se que, na maioria das semanas, esta foi cumprida.

Ficaram ligeiramente aquém do mínimo exigido, na semana 19, a SIC Notícias, na semana 16, a CNN Portugal e ,nas semanas 1, 19 e 25, a CMTV.

O Porto Canal teve o melhor desempenho, cumprindo e ultrapassando o mínimo exigido em todas as semanas verificadas.

Em todos os serviços, a janela de Interpretação de LGP foi adaptada à nova exigência do plano (1/15 da imagem).

FIG. 41 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – SIC NOTÍCIAS

SIC NOTÍCIAS - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	6:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	6:48:00	6:48:00	0:00:00
6	6:50:03	6:50:03	0:00:00
11	7:03:13	7:03:13	0:00:00
16	7:19:26	7:19:26	0:00:00
19	5:48:51	5:48:51	0:00:00
25	6:40:26	6:07:48	0:32:38
30	7:26:09	6:53:33	0:32:36
32	7:36:56	7:04:06	0:32:50
37	7:43:37	7:09:21	0:34:16
42	6:48:28	6:48:28	0:00:00
47	6:55:22	6:55:22	0:00:00
50	6:08:47	6:08:47	0:00:00

FIG. 42 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – CNN PORTUGAL

CNN PORTUGAL- LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	6:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	7:01:29	7:01:29	
6	6:22:06	6:22:06	
11	6:47:38	6:47:38	
16	5:47:53	5:47:53	
19	6:19:37	6:19:37	
25	6:47:07	6:47:07	0:00:00
30	6:28:52	6:28:52	
32	6:14:55	6:14:55	
37	6:22:49	6:22:49	
42	6:15:25	6:15:25	
47	6:58:51	6:58:51	
50	8:09:49	7:31:23	

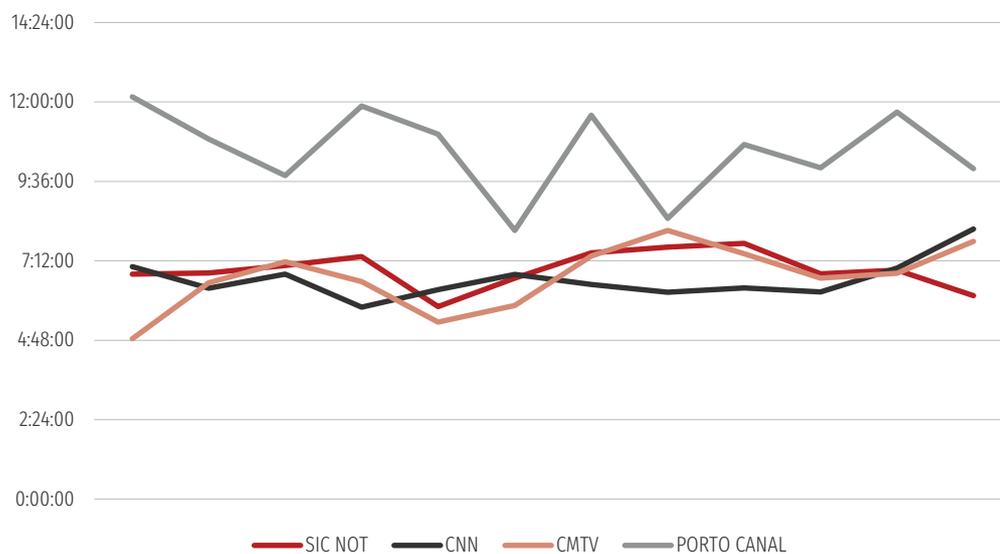
FIG. 43 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – CMTV

CMTV - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	6:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	4:50:46	4:50:46	
6	6:32:10	6:32:10	
11	7:10:18	7:10:18	
16	6:34:32	6:34:32	
19	5:21:02	5:21:02	
25	5:50:58	5:50:58	
30	7:20:25	7:20:25	0:00:00
32	8:07:02	8:07:02	
37	7:24:40	7:24:40	
42	6:40:32	6:40:32	
47	6:49:31	6:49:31	
50	7:47:22	7:47:22	

FIG. 44 – LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA – PORTO CANAL

PORTO CANAL - LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA			
Obrigação	6:00:00	Horário	Horário
Semanal	Total (hh:mm:ss)	08h-00h (60 %)	00h-08h
1	12:08:58	9:21:55	02:47:03
6	10:52:39	9:01:49	01:50:50
11	9:46:40	7:58:36	01:48:04
16	11:52:17	9:11:00	02:41:17
19	11:01:29	9:10:11	01:51:18
25	8:06:56	7:12:46	00:54:10
30	11:35:48	10:40:15	00:55:33
32	8:29:05	7:34:31	00:54:30
37	10:42:33	8:57:39	01:44:54
42	10:00:19	8:07:32	1:52:47
47	11:41:31	9:52:18	1:49:13
50	9:58:49	8:10:02	1:48:47

FIG. 45 – GRÁF. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA- SIC NOT./CNN/CMTV/PORTO CANAL



6. Serviços Audiovisuais a Pedido

6.1. Obrigações do Plano

O Plano contempla, ainda, um conjunto de obrigações dos serviços audiovisuais a pedido sob jurisdição portuguesa, estabelecendo que estes devem apresentar à ERC planos de incorporação de ferramentas de acessibilidade nos seus catálogos, com caráter progressivo de integração.

A ERC informou os operadores abrangidos que deveriam remeter os respetivos planos em janeiro de 2023 para execução no primeiro semestre do mesmo ano, sendo necessário o envio regular de relatórios semestrais.

Os planos devem integrar ferramentas de acesso aos conteúdos e prever, sempre que possível, a legendagem, língua gestual portuguesa ou audiodescrição nos conteúdos.

A verificação incidiu sobre o primeiro e segundo semestres de 2023, possibilitando uma visão global dos esforços de progressividade realizados pelos operadores ao longo do ano em análise, com base nos elementos remetidos à ERC e em confronto com os planos propostos.

Tendo por base a informação remetida pelos operadores, conclui-se que cumpriram, na generalidade, as metas propostas para o uso de acessibilidades nos respetivos serviços de programas no 2023, revelando alguma progressividade no segundo semestre.

Os operadores apresentam condicionantes comuns, onde se destaca a articulação destes com os fornecedores de conteúdos, envolvendo, eventualmente, limitações de oferta, pelo lado dos fornecedores, e questões do foro técnico e jurídico.

Na medida em que os avanços nesta matéria estão dependentes de uma real motivação dos operadores e fornecedores de conteúdos, a ERC propõe a elaboração de proposta e planos mais ambiciosos e quantificáveis, mas também atingíveis, para além da partilha de melhores práticas entre si.

6.2. Observações

6.2.1. Sinalética

O recurso à sinalética revela-se insuficiente nos planos de incorporação de ferramentas de acessibilidade nos serviços, à exceção da RTP Play, TVI Player e Nowo Videoclube. Neste domínio, evidencia-se a boa prática do serviço de programas TVI Player, com recurso à identificação, na área de cada programa, com a sinalética usada pelos serviços de programas lineares.

Os relatórios do segundo semestre de 2023 não apresentam quaisquer evidências na introdução de sinalética, exceto no serviço de programas NOWO Videoclube, que refere ter introduzido, no segundo semestre, a sinalização no guia de programas eletrónico, identificando os conteúdos que incluem legendagem, audiodescrição ou língua gestual.

6.2.2. Legendagem

A RTP Play atingiu os objetivos propostos, com 500 horas de conteúdos com LEG no primeiro semestre de 2023 e cerca de 645 horas no segundo.

Destaca-se o desempenho da OPTO, que introduziu, no segundo semestre, mais 14 programas com recurso a adaptação, contabilizando 374 episódios, resultando num acréscimo desta acessibilidade em aproximadamente 268 horas.

A NOS Play reporta a disponibilização de filmes acompanhados por legendagem, apresentando, no seu catálogo, mais 23 filmes em português, com legendagem.

Os restantes operadores não dão nota de desenvolvimentos nesta matéria, o que se deverá ao facto de se manterem os obstáculos de ordem técnica e de fornecimento de conteúdos.

Relembramos que, face a essas limitações, os operadores apresentaram nos respetivos planos de reorganização de catálogos (categorias de conteúdos acessíveis, caso disponíveis) e, ou, a evolução técnica dos equipamentos terminais e controlo remoto disponibilizados que permitem ativar essas funcionalidades.

6.2.3. Língua Gestual Portuguesa

Em termos quantitativos, e à semelhança do primeiro semestre, a Língua Gestual Portuguesa destaca-se face a outras acessibilidades nos serviços audiovisuais a pedido, sendo a ferramenta mais disponível em catálogo.

Neste quesito, note-se, uma vez mais, a apresentação de um volume comparativamente elevado de conteúdos na RTP Play, de cerca de 5825 horas, e 1341h emitidos em direto pela internet em duplo ecrã.

A TVI Player mantém a oferta de interpretação LGP numa média semanal de quatro programas da TVI e dois programas CNN; a OPTO informou no plano que se propõe à transmissão integral dos conteúdos da SIC que incorporam LGP, mas não forneceu dados concretos sobre o mesmo para o 2.º semestre de 2023.

Contudo, a maioria dos programas transmitidos nestes serviços de programas parece coincidir com a emissão linear dos operadores, sendo que tal não se traduz num aumento e diversificação real da oferta no panorama televisivo nacional.

No segundo semestre, destacam-se os serviços audiovisuais a pedido do operador NOS, sendo que, no catálogo do serviço de programas NOS Videoclube, foram introduzidos 17 filmes com tradução LGP e, na NOS Play, 19 títulos.

6.2.4. Audiodescrição

Para esta acessibilidade, cumpre apenas destacar os serviços de programas NOS VideoClube, que disponibilizou 17 filmes. Por sua vez, a NOS Play apresentou um acréscimo de 19 filmes com audiodescrição.

6.3. Propostas da ERC para os serviços audiovisuais a pedido

No global, os relatórios dos operadores não demonstraram um desenvolvimento expressivo face aos planos de incorporação de acessibilidades que apresentaram durante o ano transato, nem acréscimos substantivos face ao primeiro semestre (excetuando algumas introduções no operador NOS).

Por esse motivo, reiteram-se as abordagens efetuadas junto dos operadores de serviços audiovisuais a pedido, nomeadamente nas seguintes alíneas:

A) Sinalética

Recomendação aos operadores para seguirem um modelo de sinalética que se assemelhe à sinalética comumente usada nos serviços lineares, quando possível e aplicável, e demonstrando evidências da sua incorporação.

B) LEG, LGP, AUD

Sensibilizar os operadores para a elaboração de um plano mais ambicioso, mas simultaneamente com detalhes quantitativos a considerar no catálogo dos respetivos serviços audiovisuais a pedido;

Sinalizar a procura efetiva por acessibilidades, através de um diálogo mais estruturado dos operadores com os fornecedores, obviando os problemas elencados ao nível da oferta e das questões técnicas que se inter põem ou resolver as limitações contratuais;

Referenciar a estratégia da NOS, Comunicações, S.A. e a articulação com os fornecedores de conteúdo, que aumentou a oferta em catálogo com recurso a LGP e audiodescrição, de forma a possibilitar a partilha da boa prática a outros operadores.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA



1. VISÃO GLOBAL

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

A LTSAP decorre da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA ou Diretiva), a qual não impõe quotas audiovisuais nas línguas nacionais, mas apenas de produção europeia e produção independente. A transposição da Diretiva não introduziu alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob a epígrafe “Defesa da língua portuguesa”. A LTSAP impõe quotas em língua nacional, isentando apenas os serviços de cobertura local, regional e internacional desta obrigação. Em 2023, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Neste ano, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se da registada em 2022. No operador de serviço público, o serviço de programas RTP2 revela a tendência de cumprimento já manifestada em 2023, registando, pela primeira vez em seis anos, o cabal cumprimento das quotas de defesa da língua portuguesa.

As descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas temáticos de desporto e de cinema e séries, com valores residuais, não compagináveis com as obrigações a que se encontram vinculados.

Relativamente às obras criativas, registaram-se descidas na generalidade dos serviços do operador NOS e a manutenção de uma incorporação insuficiente nos serviços de programas do operador Dreamia.

O n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP determina que «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». O operador Canalvisão, SA, não deu cumprimento, pelo segundo ano consecutivo, a esta obrigação.

O serviço de programas Azores TV já se encontra a dar cumprimento ao dever de informação, sendo apenas possível apurar a quota anual em 2024.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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.

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.

Nota metodológica

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.

Os ficheiros trimestrais, disponibilizados em *excel* ou *xml* pelos operadores de televisão, contribuem para a avaliação anual, contendo dados como sejam o título do programa, ano de produção, país(es) de produção e coprodução, permitindo uma autodeclaração do operador se são obras criativas e/ou de produção independente.

O cruzamento destes dados com a árvore de classificação da ERC permite aferir as quotas atingidas pelos serviços de programas em cada ano a que reporta a análise.

Definições

- **Programas originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa;
- **Programas originários de outros países lusófonos** – Programas produzidos originariamente em língua portuguesa e provenientes de países lusófonos que não Portugal (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor);
- **Obra criativa** – «A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação (...), longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, telefilmes e séries televisivas (...), reportagens televisivas, programas didáticos, musicais, artísticos e culturais, desde que passíveis de proteção pelo direito de autor» (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).



3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA

PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2023, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional, são cotejados com o ano de 2022 de forma a aferir-se a evolução, em pontos percentuais, dos diversos serviços dos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Como referido, os serviços de programas de âmbito internacional e 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 local/regional, estes foram analisados apenas para efeitos estatísticos.

Assim, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que, em 2023, o operador Canalvisão, tal como havia acontecido em 2022, não deu cumprimento ao artigo 49.º da LTSAP¹.

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 desporto da SPORT TV. Estas oscilações refletem as alterações de programação e, nomeadamente, a aquisição de direitos de outras ligas e desportos. Os canais temáticos de cinema e séries do operador NOS apresentam percentagens de incorporação de obras em língua portuguesa de forma parca. Relativamente às obras criativas, assinala-se a descida no serviço de programas SIC Radical, que passa a situar-se abaixo da quota 20 %. Denota-se ainda que os serviços de programas de cinema e séries do operador NOS registam descidas, revelando uma percentagem residual ou inexistente.

À exceção do Porto Canal, os serviços de programas generalistas de acesso condicionado livre – RTP1, SIC e TVI – e de acesso não condicionado com assinatura – CMTV –, abrangidos pelas normas em análise, cumprem a generalidade de obrigações de difusão de obras audiovisuais – defesa língua portuguesa.

¹ «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.»



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 (%)		
		2022	2023	Var. 22/23	2022	2023	Var. 22/23
RTP	RTP1	87,0	87,7	▲	43,4	47,8	▲
	RTP2	53,3	50,1	▼	15,6	25,4	▲
	RTP 3	96,2	96,8	▲	11,2	12,8	▲
	RTP Internacional**	95,8	96,3	▲	45,5	46,4	▲
	RTP África**	99,1	98,0	▼	41,5	45,0	▲
	RTP Memória	77,6	78,5	▲	41,3	39,5	▼
	RTP Madeira*	97,7	98,1	▲	19,2	21,6	▲
	RTP Açores*	97,5	99,0	▲	46,9	45,8	▼
SIC	SIC	95,8	95,7	▼	66,9	67,9	▲
	SIC Radical	43,2	36,8	▼	21,1	15,9	▼
	SIC Mulher	10,6	11,9	▲	6,0	7,1	▲
	SIC K	9,6	22,9	▲	2,1	9,4	▲
	SIC Notícias	94,6	93,6	▼	3,0	2,2	▼
	SIC Caras	37,8	41,0	▲	28,2	27,9	▼
TVI	TVI	93,4	95,1	▲	44,2	44,6	▲
	CNN Portugal	96,2	96,8	▲	1,6	2,5	▲
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	38,8	33,5	▼
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,4	0,3	▼	0,1	0,0	▼
	TVCine Edition	3,8	4,1	▲	0,4	0,3	▼
	TVCine Emotion	0,4	0,1	▼	0,2	0,1	▼
	TVCine Action	0,1	0,0	▼	0,1	0,0	▼
	NOS Studios	0,7	0,5	▼	0,0	0,0	=
		Canal Panda	0,2	0,7	▲	0,0	0,1
DREMIA	Biggs	8,3	11,7	▲	2,9	7,5	▲
	Panda Kids	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
	Hollywood	0,5	0,7	▲	0,2	0,2	=
	Canal BLAST**	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
	Casa e Cozinha	26,7	35,7	▲	2,2	3,4	▲
		Sport TV 1	40,6	30,5	▼	2,6	2,1
SPORT TV	Sport TV 2	14,8	9,5	▼	0,9	0,8	▼
	Sport TV 3	9,5	7,1	▼	2,1	2,1	=
	Sport TV 4	9,8	12,9	▲	3,9	10,4	▲
	Sport TV 5	8,2	8,3	▲	1,0	0,7	▼
	Sport TV 6	11,9	12,9	▲	0,3	0,7	▲
	Sport TV África**	96,0	88,1	▼	17,9	16,9	▼
	Sport TV+	64,6	59,9	▼	23,4	34,9	▲
	Q	Q	100,0	100,0	=	14,4	8,8
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	99,9	100,0	▲	23,6	17,5	▼
BENFICA TV	BTV1	99,9	100,0	▲	4,5	7,8	▲
FILMES HOTGOLD	Hot TV	8,0	8,2	▲	7,6	7,6	=
CINEMUNDO	Cinemundo	3,2	1,7	▼	2,6	0,9	▼
OSTV	Canal 180	73,6	63,2	▼	61,8	49,7	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV			=			=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	77,0	56,1	▼	11,0	23,0	▲
Medialivre	CMTV	99,0	99,0	=	42,9	41,0	▼
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	80,2	76,7	▼
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	95,7	92,8	▼	57,9	45,2	▼
CANALIFE	S+	93,4	92,4	▼	0,2	1,2	▲

*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 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, efetuouse 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, sendo a SIC generalista e a SIC K, os serviços com maior incorporação de programas de origem lusófona, que não Portugal, na emissão, para o que contribuem as telenovelas de origem brasileira.

Alguns 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 e programas em língua portuguesa, pelo que o contributo de um filme será suficiente para o preenchimento da quota de 25 %.

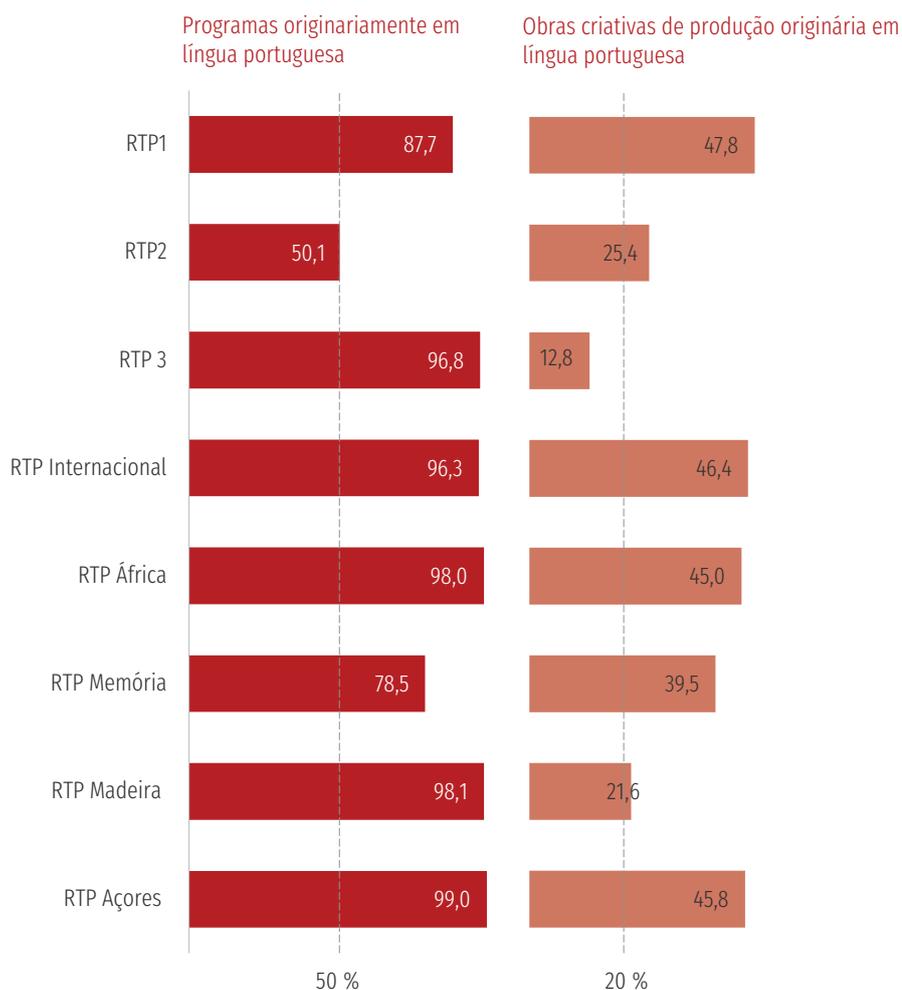
FIG. 2 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA, PROVENIENTES DE OUTROS PAÍSES LUSÓFONOS (%)

Operadores	Serviços de programas	LP	Criativos de LP	LP- % Origem Lusófona	Criativos de LP -% Origem Lusófona
RTP	RTP1	87,7	47,8	2,4	4,5
	RTP2	50,1	25,4	1,4	2,5
	RTP 3	96,8	12,8	0,0	0,3
	RTP África	98,0	45,0	1,1	2,3
	RTP Internacional	96,3	46,4	0,2	4,0
	RTP Madeira	98,1	21,6	0,1	0,2
SIC	SIC	95,7	67,9	6,9	9,7
	SIC Radical	36,8	15,9	3,2	7,3
	SIC Mulher	11,9	7,1	13,0	21,7
	SIC K	22,9	9,4	12,9	25,0
TVI	TVI	95,1	44,6	0,1	0,1
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	0,3	0,0	25,0	25,0
	TVCine Edition	4,1	0,3	25,0	25,0
	TVCine Emotion	0,1	0,1	25,0	25,0
	Hollywood	0,7	0,2	25,0	25,0
DREMIA	NOS STUDIOS	0,5	0,0	25,0	25,0
FILMES HOTGOLD	Hot TV	8,2	7,6	25,0	25,0
CINEMUNDO	Cinemundo	1,7	0,9	16,3	25,0
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	56,1	23,0	0,2	0,5
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	92,8	45,2	1,4	1,9
OSTV	Canal 180	63,2	49,7	2,4	3,1

4. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

RTP - Rádio e Televisão de Portugal

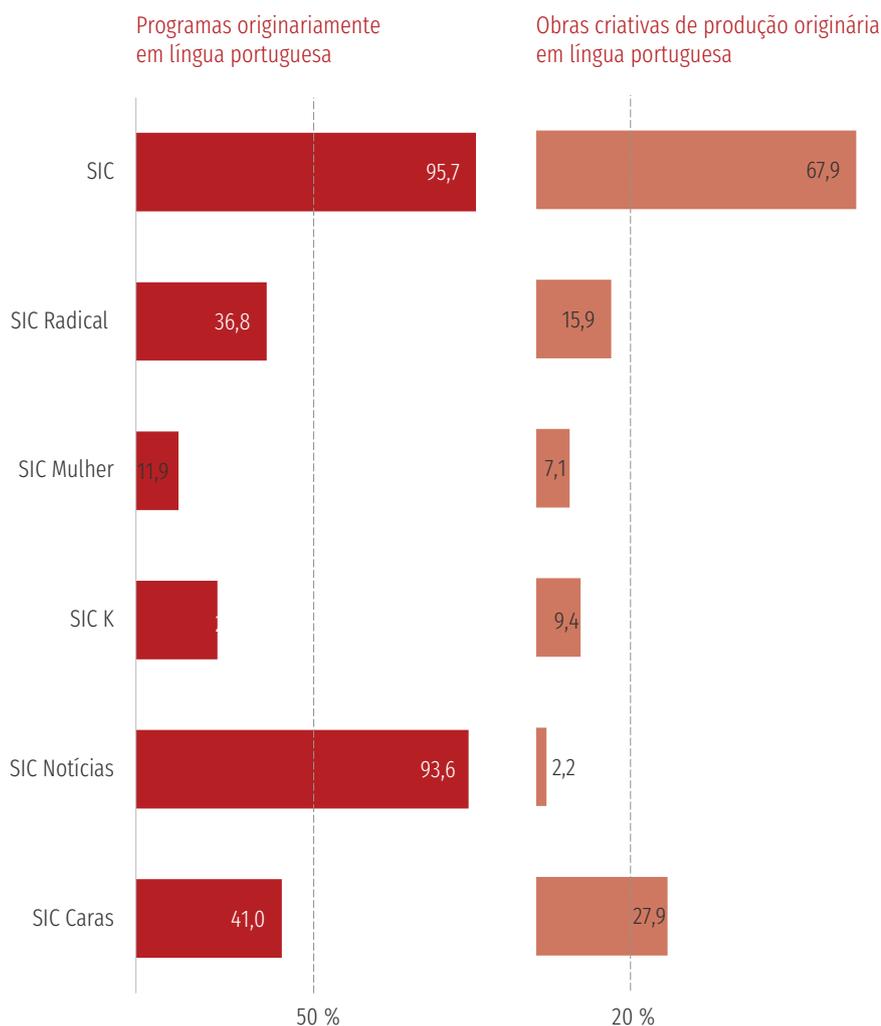
FIG. 3 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



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, num intervalo de seis anos, a RTP2 atinge uma percentagem superior a 50 % de programas originariamente em língua portuguesa e de uma quota de 20 % de obras criativas. A RTP3 situa-se abaixo da quota mínima de exibição de obras criativas, o que se justifica por se tratar de serviço de programas temático de informação, atendendo-se às obrigações do operador em matéria de informação, que não se coadunam com programação de natureza criativa.

SIC - Sociedade Independente de Comunicação

FIG. 4 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



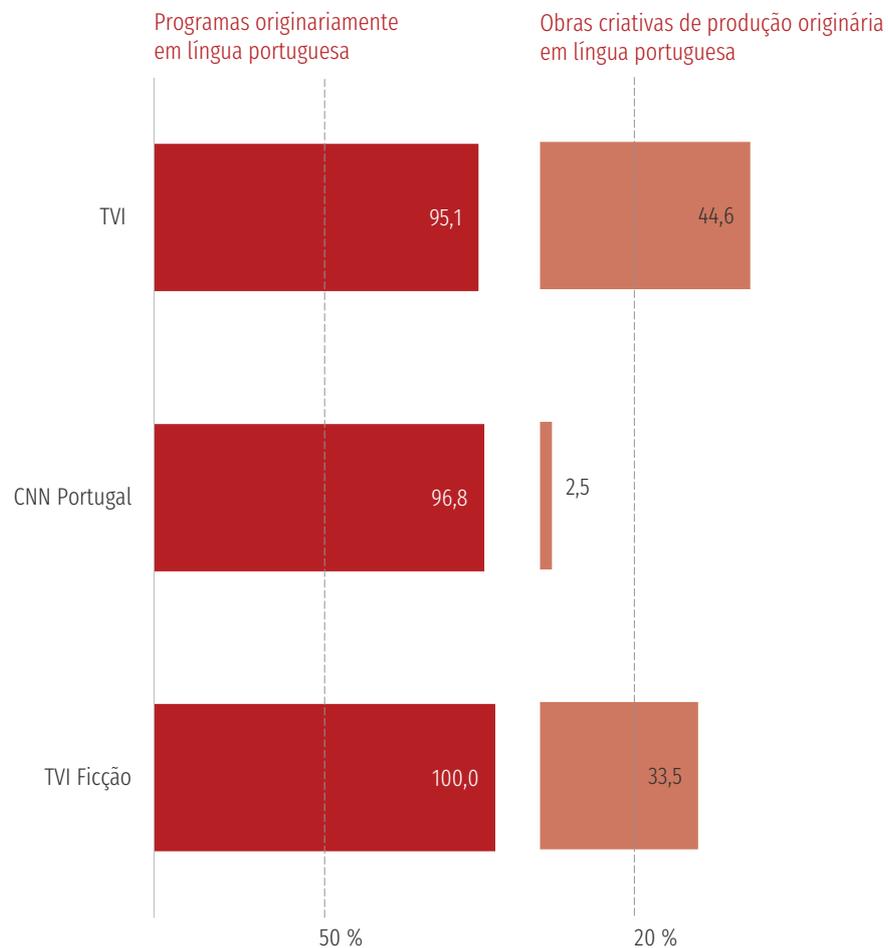
O operador SIC cumpriu a percentagem de 50 % relativamente a programas originariamente em língua portuguesa, nos serviços de programas SIC e SIC Notícias.

São de assinalar as descidas de produção originariamente em língua portuguesa nos serviços de programas SIC Radical, que continua a situar-se aquém da quota mínima de programas originariamente em língua portuguesa. Evidencia-se que todos os serviços temáticos do operador SIC, à exceção da SIC Notícias revelam incumprimentos na defesa da língua portuguesa em matéria de difusão de obras audiovisuais.

No que se refere à difusão de obras criativas, os serviços SIC Radical, SIC Mulher, SIC K e SIC Notícias não alcançaram a percentagem fixada, apesar de neste último se atender às obrigações de uma programação de natureza informativa.

TVI - Televisão Independente

FIG. 5 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)

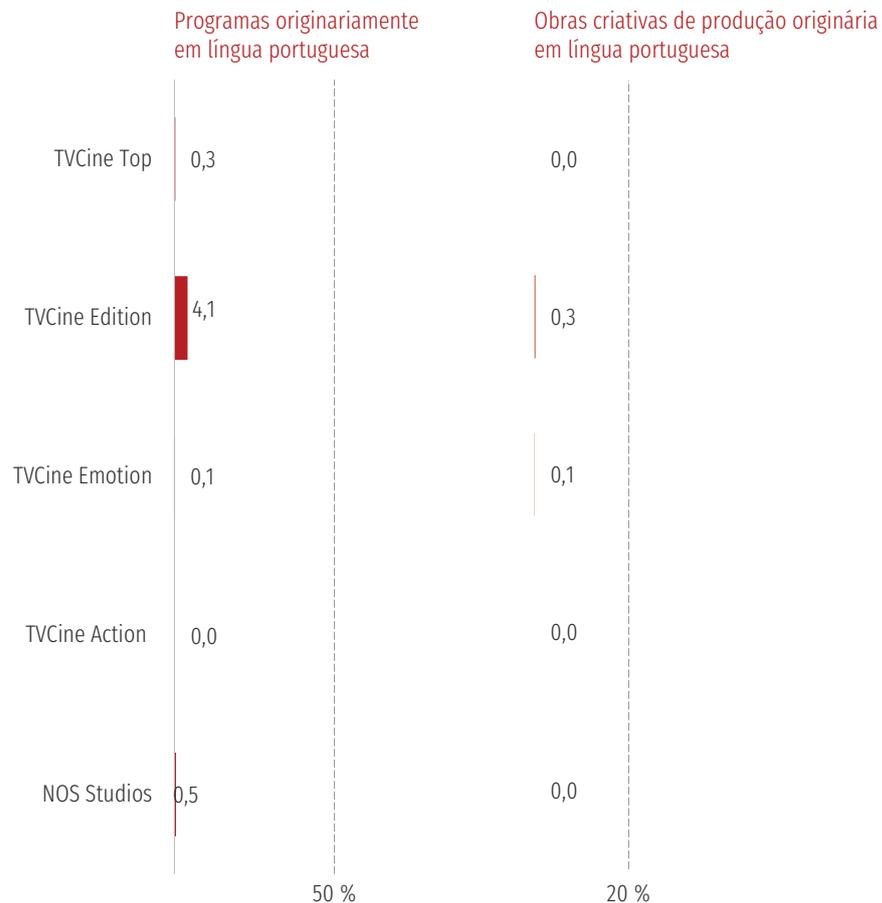


Os serviços de programas do operador TVI reservaram, em 2023, mais de 50 % do tempo de emissão dos seus serviços de programas à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 95 %. Na TVI Ficção, a totalidade da emissão é composta por programas originariamente em língua portuguesa.

Relativamente a obras criativas, só o serviço de informação CNN Portugal não atingiu o valor fixado, dada a sua natureza temática. Já a TVI e a TVI Ficção obtiveram percentagens acima dos 33 %.

NOS AUDIO-SALES AND DISTRIBUTION

FIG. 6 – PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



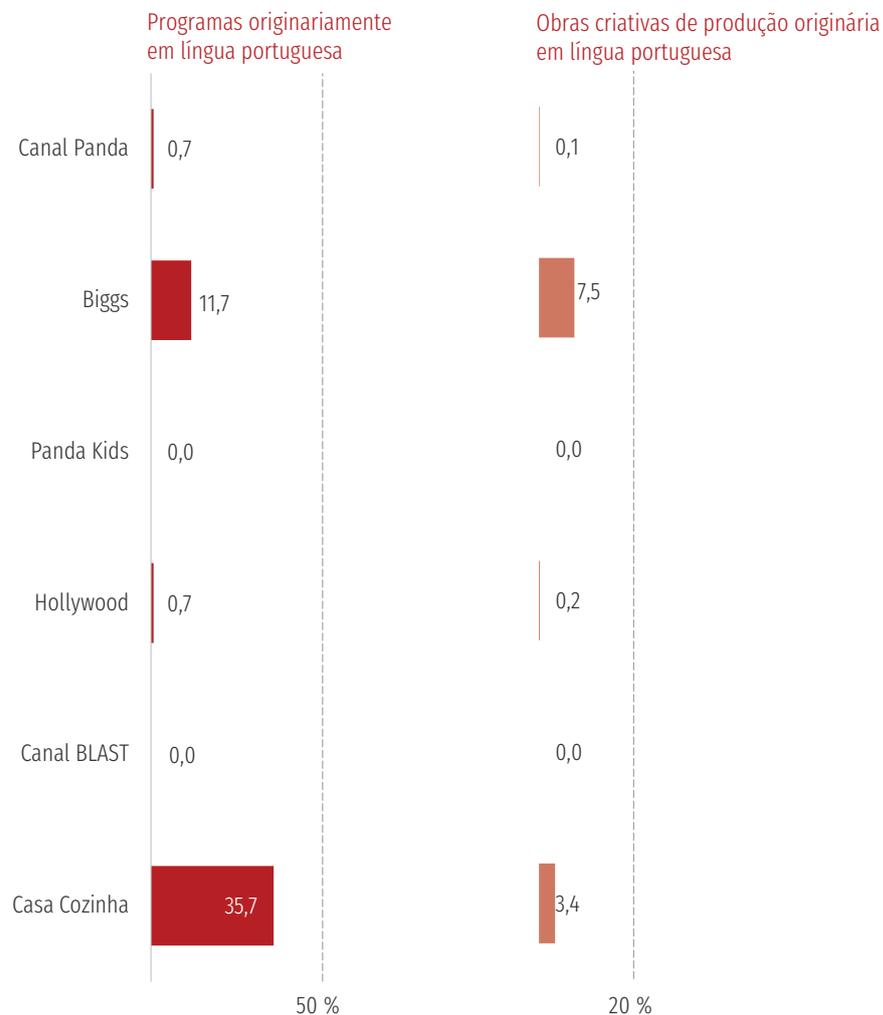
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION (NOS) incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, 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 2022. Assim, assinala-se o incumprimento da recomendação constante na Deliberação 10/OUTTV/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, devendo ser tida 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 ORIGINALIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA E OBRAS CRIATIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)

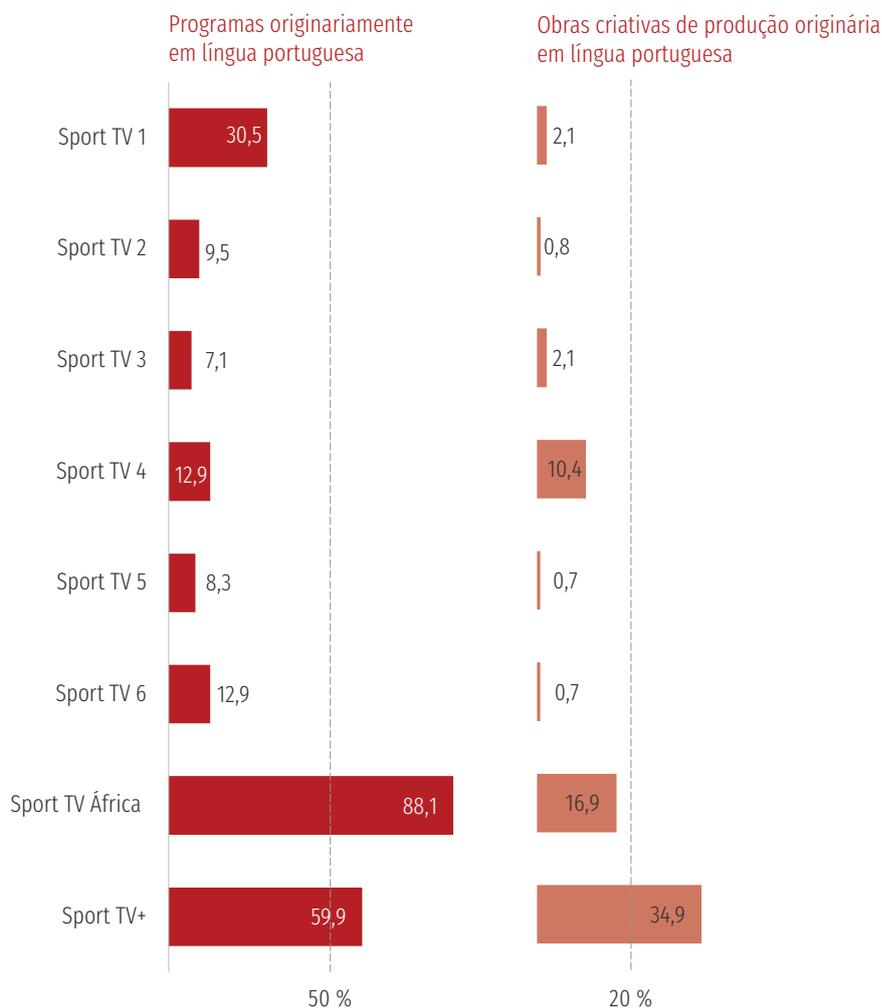


Os serviços de programas temáticos de cinema e séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA também se encontram em incumprimento generalizado do normativo legal. De assinalar que, mesmo os serviços de programas que exibem programação originariamente em língua portuguesa, esta já não é revertível na 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 35,7 % da emissão, em 2023, 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 DE PRODUÇÃO ORIGINÁRIA EM LÍNGUA PORTUGUESA (%)



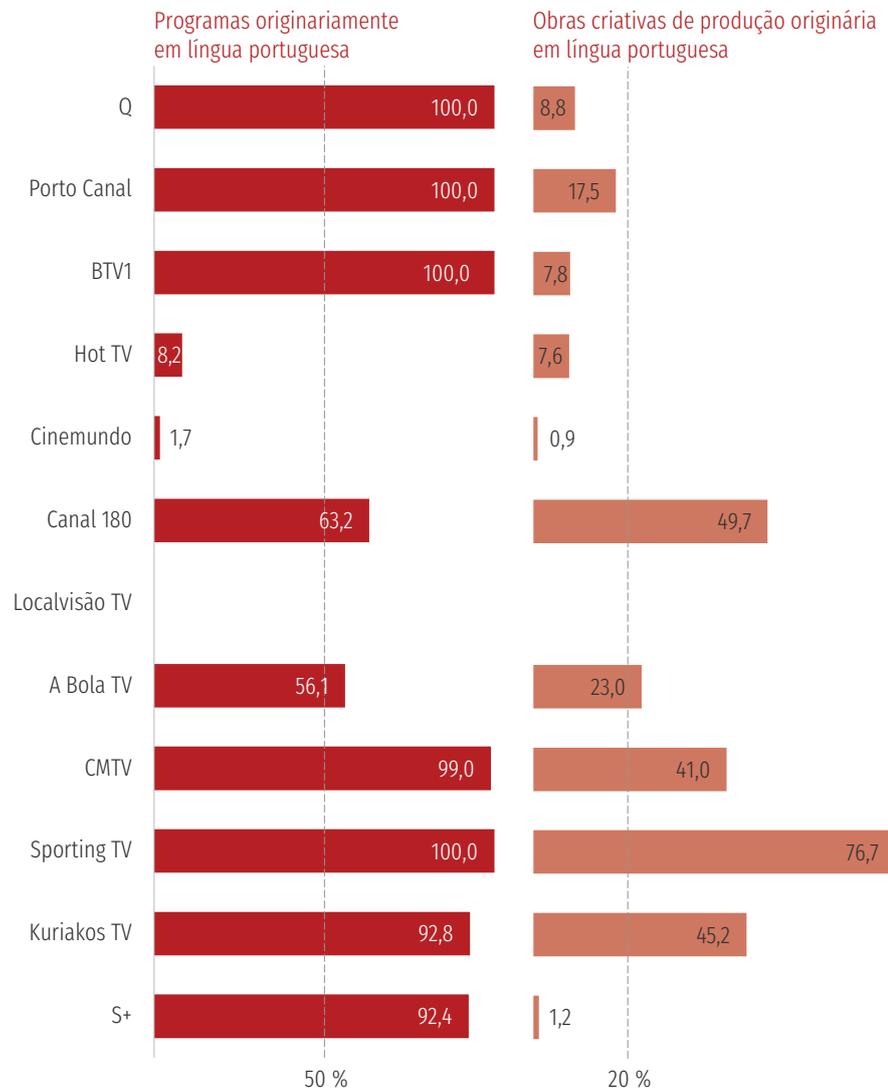
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50 % na difusão de programas em língua portuguesa na SPORT TV África¹ e SPORT TV+. Nos restantes serviços, continua a assistir-se a descidas percentuais de programas originariamente em língua portuguesa, sendo estas nos 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 LT-SAP, 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. 8 – 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 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, excetuando o Porto Canal que desceu abaixo do limiar de 20 % de incorporação de obras criativas originariamente em língua portuguesa na sua emissão em 2023.

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 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) no que se refere à produção europeia e produção independente.

Em 2023, dos 48 serviços de programas avaliados, 37 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que, dos serviços de programas que não alcançaram uma percentagem maioritária de produção europeia, uma parte deve-se à natureza específica dos serviços temáticos e à preponderância dos filmes norte-americanos nos serviços de programas televisivos de cinema e séries. Já a quota de 10 % de produção independente recente não foi alcançada em 20 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana. Assinala-se a inexistência de programação de produção europeia independente nos serviços de programas SPORT TV+, Sporting TV, Kuriakos TV e S+, canais que exibem, quase na íntegra, produção própria.

De acordo com o previsto no n.º 1 do artigo 47.º da LTSAP, ainda que, quando aplicável, se atente na «natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão», tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

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, com mais de metade da totalidade de produção independente recente apurada.

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, verificou-se um cumprimento quase generalizado da quota de 30 % de produção europeia. Não obstante, apenas o Mini Nos Play, o OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

O n.º 1 do artigo 49.º da LTSAP determina que «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». O operador Canalvisão, SA, não deu cumprimento, pelo segundo ano consecutivo, a esta obrigação.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

A transposição da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA ou Diretiva)¹ 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 alterações em matéria de difusão de obras audiovisuais, sob as epígrafes “Produção Europeia” e “Produção Independente”. 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 % 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, a 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.

¹ Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018.

2 - Os serviços de programas referidos no número anterior, classificados como generalistas, devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem 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 exposições 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 % 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, originariamente 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 percentagem 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 exposições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas.» [sublinhado nosso]

Ora, na atual redação da LTSAP, existe 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.

Os serviços de programas de âmbito internacional e de âmbito regional não estão sujeitos ao cumprimento do disposto nos artigos 45.º e 46.º da LTSAP. O relatório resultante dessa avaliação, no que diz respeito à produção europeia e produção independente, é apresentado à Comissão Europeia, em periodicidade bienal, para efeitos do cumprimento do disposto nos artigos 16.º e 17.º da Diretiva SCSA.

O n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e o disposto no artigo 13.º da Diretiva SCSA determinam 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».

Nota metodológica

A metodologia de análise é idêntica àquela descrita no Capítulo anterior relativo à “Difusão de Obras Audiovisuais – Defesa da Língua Portuguesa”.

DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente capítulo, 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 setor 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).
- **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.

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 Diretiva constantes do *Revised guidelines for monitoring the application of articles 16 and 17 of the audiovisual media services directive*² e do Manual de Classificação da ERC.

No apuramento dos percentuais relativos à incorporação de obras de produção europeia pelos serviços audiovisuais a pedido (n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e disposto no artigo 13.º da Diretiva SCSA)³, serão seguidas as orientações da Comissão, assim como um conjunto de orientações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC⁴, decorrente das especificidades do mercado nacional de serviços audiovisuais a pedido.

² http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/twtf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

³ [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)

⁴ Aprovadas a 26.09.2022



3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Em 2023, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais⁵. Ao cotejar os valores referentes a este ano com igual período de análise de 2022, é possível determinar a evolução nos diferentes serviços de programas de cobertura nacional.

Pela leitura da Figura 1, as quotas de produção europeia e produção independente não revelaram alterações assinaláveis. Excetuando-se casos pontuais, os serviços temáticos do operador Dreamia continuam a apresentar descidas, quer na quota de produção europeia, quer na de produção independente recente. Já os serviços temáticos de cinema e séries TV Cine Top, TV Cine Edition, TV Cine Emotion e TV Cine Action e NOS Studios, da NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION, assim como os demais serviços temáticos de cinema, Cinemundo (Cinemundo) e Hollywood (Dreamia), continuam a situar-se abaixo de uma percentagem maioritária de produção europeia e dos 10 % de produção independente recente. Excetua-se o cumprimento registado pelo TV Cine Emotion e TV Cine Edition.

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 denota oscilações positivas no serviço de programas CNN Portugal, quer na produção europeia, quer na produção independente recente.

⁵ Na presente análise, distinguem-se os serviços de programas de âmbito internacional e de âmbito regional que, como referido, 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.

FIG. 1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2023

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%) >50%			Produção independente recente (%) >10%		
		2022	2023	Var. 22/23	2022	2023	Var. 22/23
RTP	RTP1	93,3	88,7	▼	23,7	24,4	▲
	RTP2	84,2	87,3	▲	23,1	22,5	▼
	RTP 3	92,4	93,7	▲	22,0	18,1	▼
	RTP Internacional**	99,9	99,0	▼	26,1	25,0	▼
	RTP África**	91,1	89,5	▼	43,4	41,1	▼
	RTP Memória	78,2	78,5	▲	2,9	1,8	▼
	RTP Madeira*	96,9	97,4	▲	16,5	13,5	▼
	RTP Açores*	96,4	98,9	▲	20,7	31,3	▲
SIC	SIC	86,5	87,7	▲	64,2	64,4	▲
	SIC Radical	60,9	54,4	▼	32,1	25,7	▼
	SIC Mulher	22,8	36,0	▲	10,0	21,8	▲
	SIC K	48,5	52,1	▲	2,3	9,5	▲
	SIC Notícias	79,1	78,2	▼	42,2	36,3	▼
	SIC Caras	48,0	54,4	▲	13,0	25,7	▲
TVI	TVI	91,6	93,7	▲	25,0	25,1	▲
	CNN Portugal	52,0	68,2	▲	8,8	11,1	▲
	TVI Ficção	99,8	100,0	▲	1,8	2,5	▲
NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION	TVCine Top	30,2	36,5	▲	9,9	14,6	▲
	TVCine Edition	45,0	58,4	▲	9,8	14,3	▲
	TVCine Emotion	21,6	32,8	▲	6,3	10,0	▲
	TVCine Action	12,6	16,3	▲	1,6	4,0	▲
	NOS Studios	29,1	25,8	▼	2,3	3,9	▲
DREMIA	Canal Panda	56,9	51,0	▼	3,2	4,3	▲
	Biggs	48,2	53,9	▲	13,5	7,7	▼
	Panda Kids	21,2	17,0	▼	2,1	4,2	▲
	Hollywood	15,3	14,1	▼	1,4	0,8	▼
	Canal BLAST**	7,1	5,1	▼	0,4	0,1	▼
	Casa e Cozinha	76,7	63,6	▼	6,8	4,5	▼
SPORT TV	Sport TV 1	78,0	80,0	▲	2,1	1,9	▼
	Sport TV 2	76,0	78,7	▲	6,5	6,8	▲
	Sport TV 3	74,0	82,1	▲	20,9	21,6	▲
	Sport TV 4	85,2	84,6	▼	35,5	33,1	▼
	Sport TV 5	92,8	95,1	▲	75,8	91,2	▲
	Sport TV 6	76,2	100,0	▲	29,4	86,0	▲
	Sport TV África **	99,1	98,6	▼	21,9	35,6	▲
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=

FIG. 1 – OBRAS DE PRODUÇÃO EUROPEIA E DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE – 2023

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%) >50%			Produção independente recente (%) >10%		
		2022	2023	Var. 22/23	2022	2023	Var. 22/23
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	4,1	5,4	▲
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	26,0	29,4	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	31,7	23,0	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	26,2	23,5	▼	9,6	4,8	▼
CINEMUNDO	Cinemundo	33,4	39,0	▲	4,3	4,3	=
OSTV	Canal 180	83,4	80,3	▼	50,9	38,1	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV			=			=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	69,3	70,4	▲	12,7	20,2	▲
MEDIALIVRE	CMTV	95,3	98,7	▲	11,7	13,8	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	95,5	90,9	▼	0,0	0,5	▲
CANALIFE	S+	100,0	100,0	=	0,0	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.

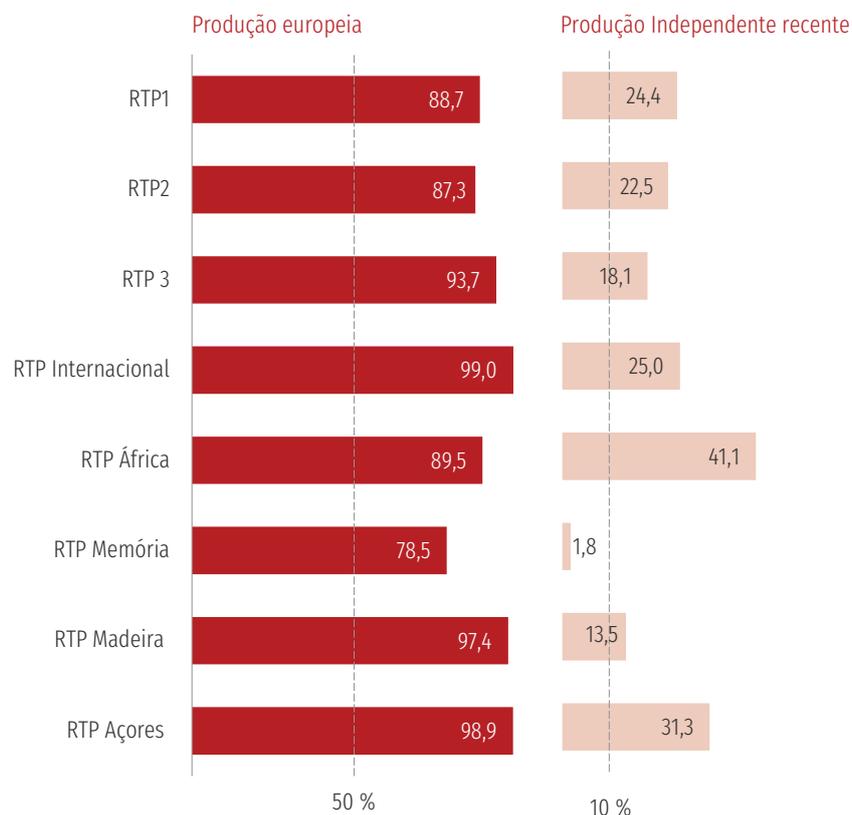


4. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes, será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2023, 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 (%)



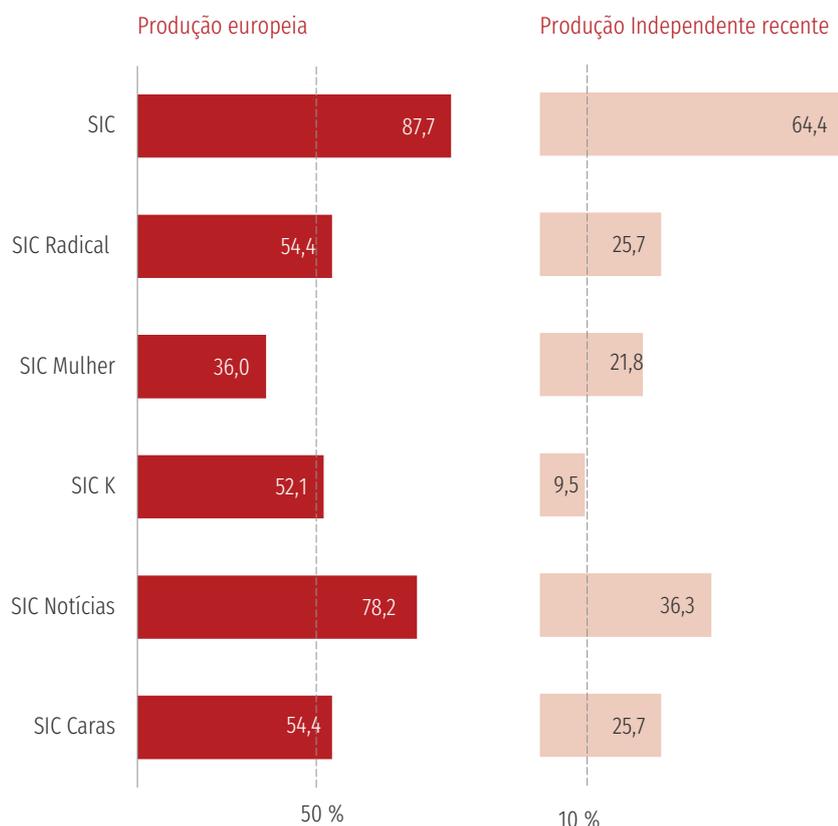
Os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no artigo 45.º da LTSAP. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade. As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 78,5 %, na RTP Memória, e os 99,0 %, na RTP Internacional.

Quanto às obras de produção independente, produzidas há menos de cinco anos, ultrapassaram os 10 % exigidos em todos os serviços, à exceção da RTP Memória, cujos 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 (%)



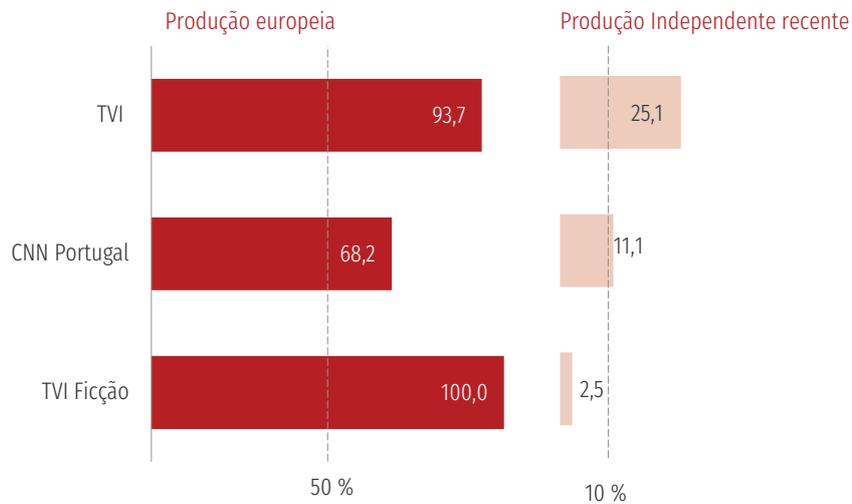
Dos serviços de programas do operador SIC, apenas o serviço de programas SIC Mulher se situou aquém da quota maioritária, sendo que a SIC Caras e a SIC K obtiveram percentagens maioritárias de produção europeia, o que não se registou em 2022.

A percentagem mais elevada de produção europeia verifica-se no serviço de programas generalista do operador SIC, com 87,7 %, seguido pelo temático de informação SIC Notícias, 78,2 %.

Ao nível da produção independente recente, denota-se um cumprimento generalizado, excetuando a SIC K, embora com um valor aproximado dos 10 %, o que representa uma significativa face a 2022.

TVI - Televisão Independente

FIG. 4 - PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

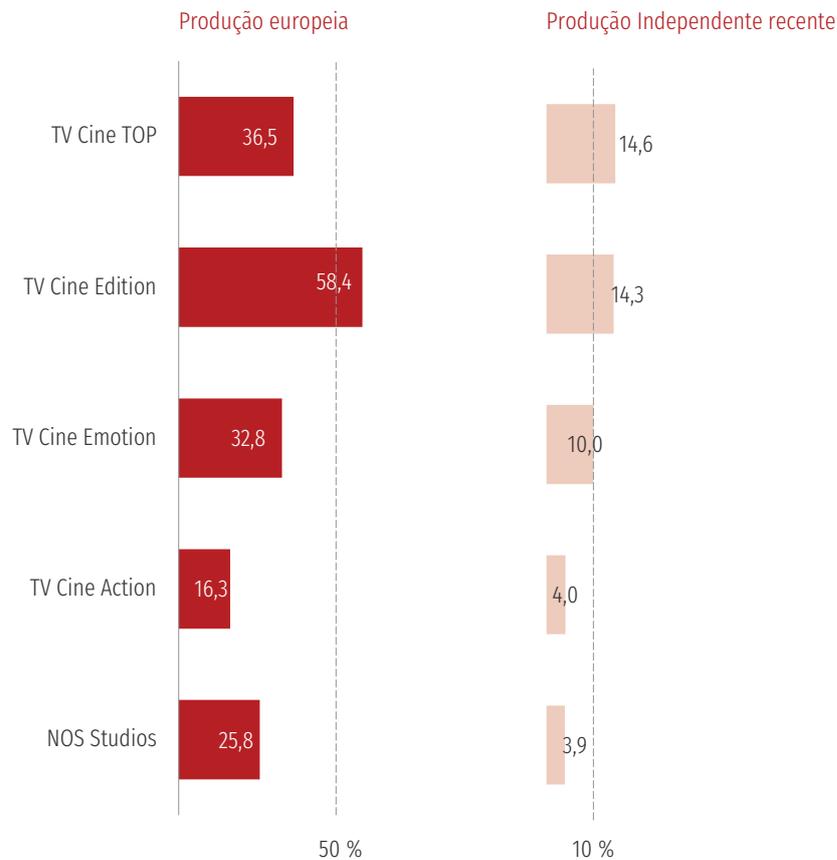


No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 68,2 %, na CNN Portugal, e os 100 %, na TVI Ficção.

Relativamente à difusão de obras independentes de produção recente, apenas na TVI Ficção não foi dado cumprimento à quota de 10 %, o que resulta de uma programação de incorporação de obras de ficção de produção própria menos recentes, já emitidas no serviço de programas TVI.

NOS AUDIO-SALES and DISTRIBUTION

FIG. 5 - PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Excetuando o serviço de programas TV Cine Edition, os restantes serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOS Audio-Sales and Distribution situaram-se aquém da quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, sendo o TV Cine Action aquele que mais se afasta da percentagem maioritária de obras de produção europeia.

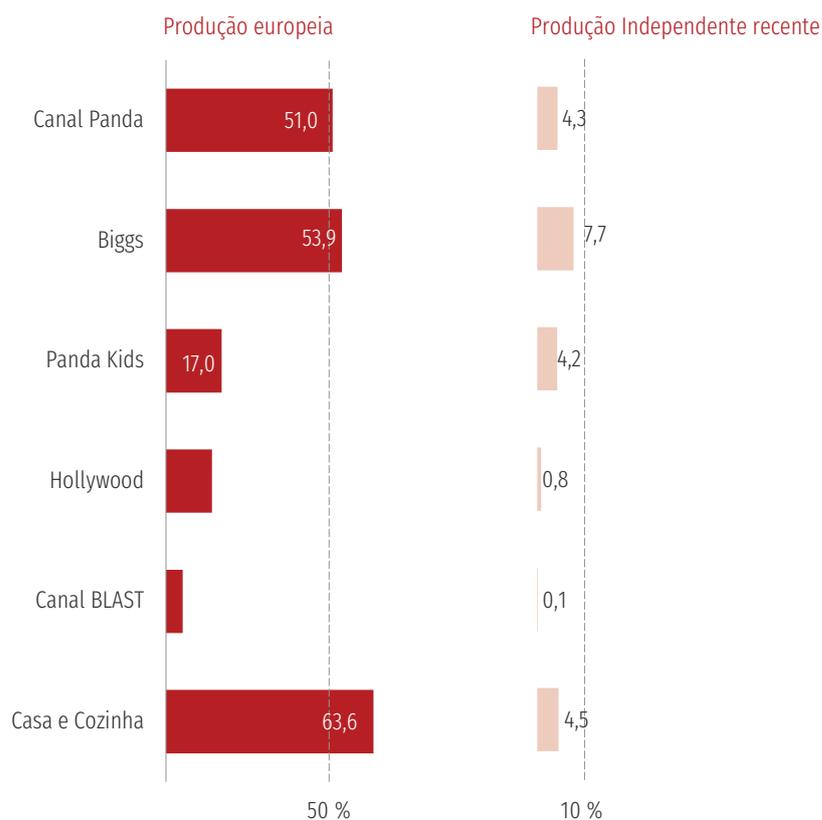
Quanto à produção independente recente, no TV Cine Top, TV Cine Edition e TV Cine Emotion verifica-se o cumprimento da quota de 10 % e, embora com subidas face a 2022, o TV Cine Action e NOS Studios situam-se aquém desta.





DREAMIA

FIG. 6 - PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

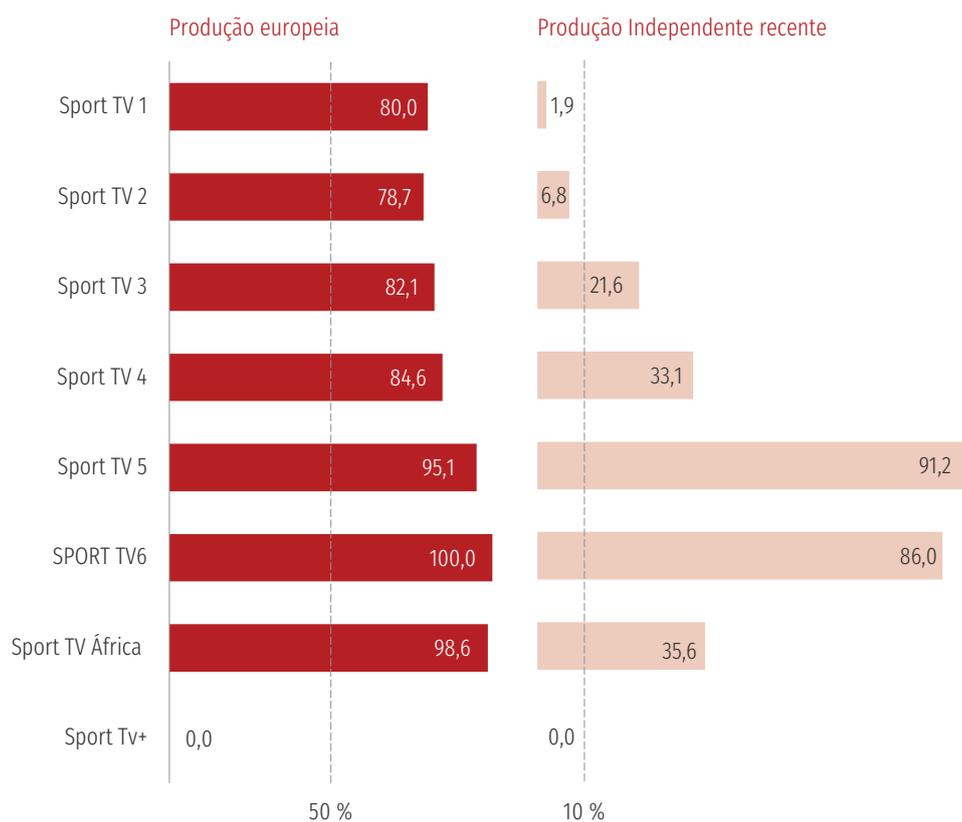


Nos serviços de programas do operador DREAMIA, o Canal Panda, Biggs e o Casa e Cozinha apresentam uma percentagem maioritária de obras europeias. Quanto à produção independente recente, nenhum dos serviços de programas preenche a quota de 10 %, registando-se, inclusivamente, descidas face a 2022, nomeadamente no serviço de programas Biggs que já havia ultrapassado a quota de 10 % no ano anterior.



SPORT TV PORTUGAL

FIG. 7 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)

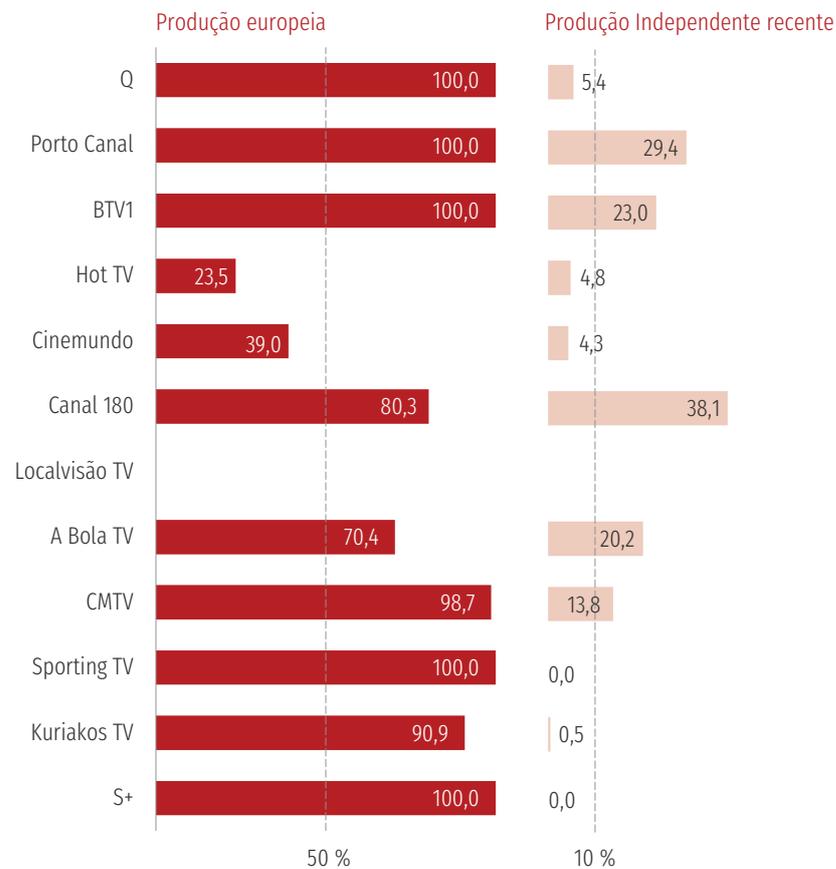


Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV+.

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, tendência já manifestada nos anos anteriores.

Outros serviços de programas de televisão

FIG. 8 – PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE RECENTE (%)



Em referência 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 operador Canalvisão não deu cumprimento ao dever de informação.

Mais se assinala 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: Q, HOT TV, Cinemundo, Sporting TV, Kuriakos TV e S+, o que reflete a predominância da programação própria nos referidos serviços de programas.

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 >5 %
RTP	RTP1	22,0 %
	RTP2	9,0 %
SIC	SIC	63,8 %
TVI	TVI	10,9 %
Avenida dos Aliados	Porto Canal	29,4 %
Medialivre	CMTV	12,9 %

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, 63,8 %.

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 % 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 10,9 %.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado com assinatura, Porto Canal e CMTV, alcançam percentuais de 29,4 % e 12,9 %, respetivamente.

6. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

No quadro seguinte, constam as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia nos serviços audiovisuais a pedido (SAP) que, 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, se registaram 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 % 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 à temática do serviço audiovisual a pedido, ou seja, quando os catálogos incluem predominantemente manifestações desportivas, serviços noticiosos e concursos e televidas.
- 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, os 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 2023, 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, Q Play e Filmtwist.
- Pela temática do serviço audiovisual a pedido: Yubuy (televidas); Advance (gaming), Benfica Play e Liga TV (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 o Mini Nos Play, OPTO e o Panda+ atingiram os 15 % de obras criativas em língua portuguesa, de produção independente recente.

FIG. 10 – 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	N.º de obras em catálogo	N.º de obras europeias	N.º de obras europeias recentes	N.º obras criativas LP	% europeias	% Obras LP
NOS Comunicações, S.A.	NOS Play	10359	4466	1147	506	43,1 %	11,3 %
	Mini NOS Play	4235	3480	951	798	82,2 %	22,9 %
	Videoclube NOS	11759	3223	1225	200	27,4 %	6,2 %
MEO - PT Comunicações, S.A.	Meo Videoclube	10464	3450	1757	400	33,0 %	11,6 %
	MEO Filmes e Séries	6171	2396	576	58	38,8 %	2,4 %
NOWO - Communications, S.A.	Videoclube Nowo	6661	1746	778	66	26,2 %	3,8 %
Vodafone Portugal, S.A.	Videoclube Vodafone	5661	2412	853	117	42,6 %	4,9 %
SIC -Sociedade Independente de Comunicação,S.A.	OPTO	4691	2831	2824	2542	60,3 %	89,8 %
Dreamia -Serviços de Televisão, S.A.	Panda +	469	432	432	183	92,1 %	42,4 %

Assinala-se uma integração de obras europeias consentânea com as disposições legais, à exceção do catálogo do Videoclube NOS e Videoclube Nowo que, embora se aproximem dos 30 % de produção europeia, apenas atingem, respetivamente, 27,4 % e 26,2 % de obras de produção europeia. Nos restantes catálogos, o percentual oscila entre 33,0 %, no MEO Videoclube, e os 92,1 %, no Panda+.

De salientar que, de acordo com a aplicação da Lei n.º 74/2020, de 19 de novembro, os operadores de serviços audiovisuais a pedido deverão dedicar «[...]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 serviços audiovisuais a pedido 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 de programação 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 NOS Mini Play, OPTO e o Panda+ integram uma percentagem superior a 15 %, chegando esta a ser 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” 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, 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 e com acessibilidade, através de mecanismos de promoção, tais como os referidos em 2022, a saber, 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), sendo que, em 2023, a Vodafone lançou diversos ciclos de cinema europeu, nomeadamente, cinema espanhol, francês ou alemão; iv) apesar dos 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 89,8 % 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 destinase 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.»



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

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