



2008

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

RADIODIFUSÃO SONORA

IMPrensa

SONDAGENS

VOLUME III



2008

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

RADIODIFUSÃO SONORA

IMPrensa

SONDAGENS

VOLUME III



TÍTULO: Relatório de Regulação - 2008

EDIÇÃO: Entidade Reguladora para a Comunicação Social

REVISÃO: Sofia Crespo

DEPÓSITO LEGAL: 301040/09

CONCEPÇÃO GRÁFICA: HOT Comunicação

GRÁFICOS E QUADROS: Serviços da ERC

CAPA E SEPARADORES: HOT Comunicação

Lisboa Setembro 2009

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

ÍNDICE

VOLUME III

RADIODIFUSÃO SONORA	11
Alterações do projecto de radiodifusão	13
1. Nota introdutória	15
2. Alteração do projecto aprovado	15
3. Conversão de serviço de programas	16
4. Alteração de denominação	19
Síntese conclusiva	20
Detentores do controlo da empresa	23
1 Nota introdutória	25
2. Alteração ao controlo do capital social	25
3. Pessoas singulares e colectivas com participações no capital social de 3 ou mais operadores	26
4. Distribuição por operadores das frequências nacionais e regionais	28
Síntese conclusiva	28
Quotas da música portuguesa	31
1. Nota Introdutória	33
1.1 Objectivos	33
1.2 Critério e metodologia	33
2. Cumprimento da quota de música portuguesa	36
2.1 Análise por amostragem do cumprimento da quota geral de música portuguesa	42
2.2 Operadores Nacionais	43
2.3 Amplitude da análise das quotas de música no número total de rádios	46
3. Rádios Temáticas	48
3.1 Regime de excepção	48
3.2 Dados do mercado discográfico	49
Síntese conclusiva	51

Renovação dos títulos habilitadores para o exercício da actividade de radiodifusão sonora	55
1. Nota introdutória	57
2. Renovação de licenças de rádio de operadores de âmbito local	57
Síntese conclusiva	59
Actividade de Fiscalização das rádios locais no ano de 2008	61
Síntese conclusiva	64
Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: Informação diária	67
a) Nota introdutória	69
b) Aspectos metodológicos da análise de serviços de programas generalistas de radiodifusão	69
c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise	70
d) Caracterização geral e composição da amostra	73
e) Temas principais	81
f) Peças com referência/presença a grupos minoritários/imigração, crença/religião, portadores de deficiência e crianças/jovens	89
g) Modalidades de tratamento da informação e destaques	93
h) Número e concordância das fontes de informação	100
i) Actores principais	102
j) Política Nacional	104
k) Presenças Politico-Partidárias no Operador Público - RDP	112
Síntese conclusiva	113
ANEXO I (Técnica de amostragem/Descrição das variáveis analisadas/Casos de redefinição da amostra face às peças indisponíveis no universo em análise)	116

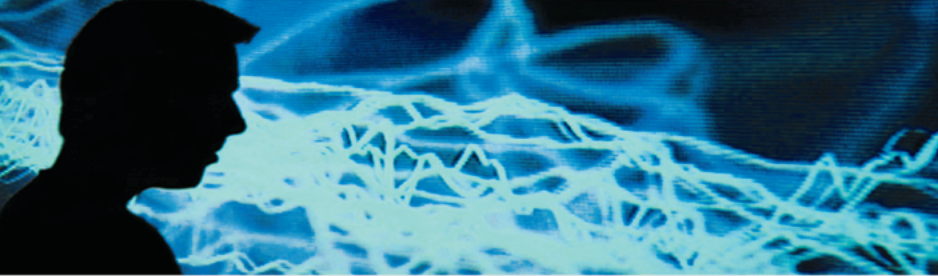
Serviço público de radiodifusão: Grelhas de Programas	127
1. Nota introdutória	129
1.1 Objectivos	129
1.2 Critérios e metodologia	129
2. Programação do serviço público de radiodifusão	130
2.1. Antena 1	130
2.1.1. Diversidade da programação	132
2.1.2. Quotas de música em língua portuguesa	134
2.1.3. Síntese conclusiva	137
2.2. Antena 2	137
2.2.1. Diversidade de programação	139
2.2.2. Síntese conclusiva	141
2.3. Antena 3	141
2.3.1. Diversidade da programação	143
2.3.2. Quotas de música em língua portuguesa	144
2.3.3. Síntese conclusiva	146
IMPrensa	149
Verificação do Cumprimento dos requisitos do artigo 15.º da Lei da Imprensa: Ficha Técnica das publicações	151
a) Nota introdutória	153
b) Definição da amostra	153
c) Caracterização geral e composição da amostra	154
d) Monitorização do cumprimento dos requisitos	159
e) Variáveis de caracterização da ficha técnica	171
Síntese conclusiva	173

ANEXO II – (Técnica de amostragem / Descrição das variáveis analisadas)	175
Imprensa de capitais maioritariamente públicos	195
1. Introdução geral	197
a) Quadro jurídico aplicável à análise das publicações periódicas de capitais maioritariamente públicos	197
b) Aspectos metodológicos da análise de imprensa	198
c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise	200
2. Diário do Alentejo	202
a) Nota prévia	202
b) Definição da amostra	203
c) Caracterização geral e composição da amostra	203
d) Temas principais	205
e) Fontes de informação principais	213
f) Principais actores	214
g) Rigor no tratamento da informação	218
h) Contextualização da informação	220
i) Presença/referência a crianças e jovens	226
Síntese conclusiva	228
3. Jornal da Madeira	229
a) Nota prévia	229
b) Definição da amostra	229
c) Caracterização geral e composição da amostra	230
d) Temas principais	231
e) Fontes de informação principais	236
f) Principais actores	237
e) Rigor no tratamento da informação	242

h)	Contextualização da informação	244
i)	Presença/referência a crianças e jovens	251
	Síntese conclusiva	253
	Anexo III (Técnica de amostragem/descrição das variáveis analisadas)	255
	SONDAGENS	269
1.	Nota introdutória	270
2.	Actividade da Unidade de Sondagens em 2008	273
	Características dos depósitos de sondagens	
1.1.	Número de depósitos	273
1.2.	Temas abordados	277
	Características metodológicas das sondagens	
2.1.	Método de recolha	281
2.2.	Método de selecção	281
2.3.	Âmbito dos estudos	282
2.4.	Dimensão das amostras	283
2.5.	Períodos de recolha de informação	285
	Divulgação de sondagens	
3.1.	Número	287
3.2.	Órgãos divulgadores	291
3.3	Tipologia dos suportes	293
3.4	Órgãos de imprensa	298
3.5.	Órgãos de televisão	299
3.6.	Órgãos de rádio	301
3.7.	Internet	301
3.8.	Primeiras divulgações	302

Acompanhamento processual	
4.1. Número de procedimentos desencadeados e encerrados	307
4.2. Processos sobre sondagens arquivados administrativamente	311
4.3. Principais ocorrências	313
3. Conclusão	317
Projectos a desenvolver	317
Síntese conclusiva	318
Anexo I - Glossário	321
Índice de ilustrações	324

ERG



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008



RADIODIFUSÃO SONORA

VOLUME III



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

ALTERAÇÕES
DO PROJECTO
DE RADIODIFUSÃO

VOLUME III

RADIODIFUSÃO SONORA

ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO

1. Nota introdutória

A fim de garantir a salvaguarda do pluralismo, da diversidade, da liberdade de expressão, em respeito pela linha editorial de cada órgão de comunicação social, determina a Lei da Rádio (cfr. art. 19º) que “[o] operador radiofónico está obrigado ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas licenciado ou autorizado”, podendo requerer a respectiva alteração à ERC, um ano após a data da atribuição da licença.

Os operadores radiofónicos têm ainda a possibilidade de solicitar a conversão da classificação dos respectivos serviços de programas, assegurados que estejam os requisitos legais estabelecidos nos artigos 31º e seguintes da Lei da Rádio.

Refira-se, por último, que a ERC, enquanto entidade competente para autorizar alterações aos projectos aprovados dos operadores, aprecia, também, as alterações referentes à denominação dos serviços de programas, elemento que permite identificar e caracterizar o serviço durante a emissão.

2. Alteração do Projecto Aprovado

Em 2008, foram apreciados seis pedidos de alteração do projecto aprovado, dos quais cinco foram deferidos.

FIG. 1 Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 3/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas emitido na rede de Onda Média pela Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa, Lda
2	Deliberação 4/AUT-R/2008	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas M80 Santarém
3	Deliberação 9/AUT-R/2008	Alteração do projecto aprovado do serviço de programas M80 Cantanhede
4	Deliberação 12/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas do operador Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda
5	Deliberação 22/AUT-R/2008	Alteração do serviço de programas do operador RC - Empresa de Radiodifusão, SA

Fonte: ERC

Refira-se que a alteração do serviço de programas do operador Nodigráfica – Informação e Artes Gráficas, Lda visou a modificação da classificação anteriormente atribuída, de rádio temática informativa para rádio temática musical, não recaindo no quadro normativo da conversão, dado

estar somente em causa o modelo de programação adoptado, conforme melhor desenvolvido na deliberação que o autoriza.

O pedido que mereceu o indeferimento da ERC foi subscrito pelo operador NRT – Norte Rádio e Televisão, Lda, titular dos serviços de programas denominados Rádio Regional de Vimioso e Rádio Regional de Sabrosa, respectivamente dos concelhos de Vimioso e Sabrosa, tendo sido o indeferimento fundamentado na ausência de prestação das informações necessárias para apreciação do processo, conforme resulta do teor da Deliberação 13/AUT-R/2008.

3. Conversão de Serviço de Programas

Ao abrigo da faculdade conferida pelo artigo 31º foram requeridas e deferidas três conversões de classificação de serviços de programas.

O operador Côco – Companhia de Comunicação, SA, titular da licença para o exercício da actividade no concelho do Montijo, requereu a conversão da classificação do serviço de programas temático musical para generalista, a qual foi autorizada.

À Rádio Comercial da Linha – Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA, foi autorizada a conversão, para temática musical, do serviço de programas que disponibilizava no concelho de Oeiras.

O titular da licença para o exercício da actividade no concelho de Cascais, Marginaudio – Actividades Radiofónicas, Lda, requereu a conversão do serviço de programas generalista que disponibilizava para temático musical, tendo tal pedido sido deferido.

FIG. 2 Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 11/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Côco - Companhia de Comunicação, SA
3	Deliberação 19/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA
4	Deliberação 21/AUT-R/2008	Conversão do serviço de programas disponibilizado pelo operador Marginaudio - Actividades Radiofónicas, Lda

Fonte: ERC

Das alterações de classificação deferidas resulta que o quadro de operadores temáticos sofreu algumas alterações relativamente ao ano anterior.

O ano passado foram identificados 21 serviços de programas temáticos (16 musicais e cinco informativos), verificando-se, com as alterações ocorridas, que actualmente estão classificados como temáticos 22 serviços de programas (18 musicais e quatro informativos).

FIG. 3 Serviços de programas temáticos

Rádios	Concelho	Temática
Rede A - Emissora Regional do Sul, Lda	Almada	Musical
Rádio Cidade - Produções Audiovisuais, SA	Amadora	Musical
Rádio Independente de Aveiro, Cooperativa de Radiodifusão CRL	Aveiro	Musical
Rádio Nacional, Emissões de Radiodifusão, SA	Barreiro	Musical
Marginaudio - Actividades Radiofónicas, Lda	Cascais	Musical
Radio Juventude, CRL	Castelo Branco	Musical
Rádio 90 FM, Coimbra - Radiodifusão, Lda	Coimbra	Musical
Difusão de Ideias - Sociedade de Radiodifusão, Lda	Évora	Informativa
Rádio Santa Maria - Cooperativa e Serviços Radiofónicos Locais, CRL	Faro	Informativa
Rádio Clube de Gondomar, Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda	Gondomar	Musical
Côco - Companhia de Comunicação, Lda	Lisboa	Musical
Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa, Lda	Lisboa	Musical
TSF - Rádio Jornal de Lisboa, Lda	Lisboa	Informativa
Sociedade Franco-Portuguesa de Comunicação, SA	Lisboa	Musical
Publidifusão, Sociedade de Radiodifusão e Publicidade, Lda	Loures	Musical
Moviface - Meios Publicitários, Lda	Maia	Musical
Notimaia - Publicações e Comunicação Social, SA	Matosinhos	Musical
RC - Empresa de Radiodifusão, SA	Moita	Musical
Rádio Comercial da Linha - Sociedade de Radiodifusão de Oeiras, SA	Oeiras	Musical
SIRS, Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, SA	Porto	Informativa
Drums - Comunicações Sonoras, SA	Vila Nova de Gaia	Musical
Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas Lda	Viseu	Musical

Fonte: ERC

Dos 347 operadores de âmbito local licenciados para o exercício da actividade, 325 disponibilizam serviços de programas generalistas, 18 emitem serviços temáticos musicais e quatro são temáticos informativos.

Assim, em relação ao ano passado, o quadro de distribuição por distritos das rádios locais sofre a seguinte alteração:

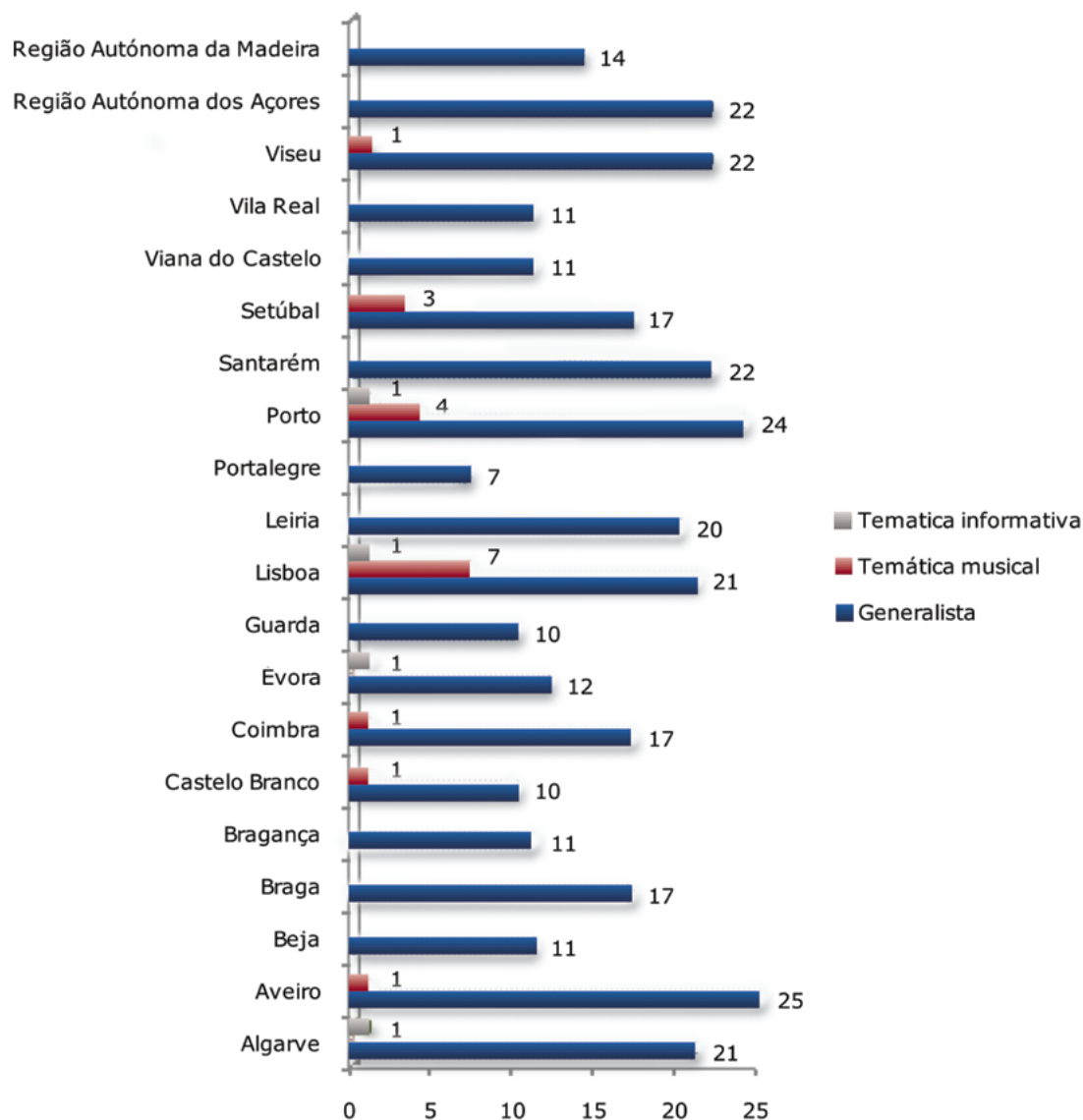
FIG. 4 Distribuição por distrito dos serviços de programas e sua tipologia – 2007/2008

Distrito	Número de Rádios	Tipologia - 2007	Tipologia - 2008
Algarve	22	21 Generalistas 1 Temática informativa	21 Generalistas 1 Temática informativa
Aveiro	26	25 Generalistas 1 Temática musical	25 Generalistas 1 Temática musical
Beja	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Braga	17	17 Generalistas	17 Generalistas
Bragança	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Castelo Branco	11	10 Generalistas 1 Temática musical	10 Generalistas 1 Temática musical
Coimbra	18	17 Generalistas 1 Temática musical	17 Generalistas 1 Temática musical
Évora	13	12 Generalistas 1 Temática informativa	12 Generalistas 1 Temática informativa
Guarda	10	10 Generalistas	10 Generalistas
Leiria	20	20 Generalistas	20 Generalistas
Lisboa	29	23 Generalistas 5 Temáticas musicais 1 Temática informativa	21 Generalistas 7 Temáticas musicais 1 Temática informativa
Portalegre	7	7 Generalistas	7 Generalistas
Porto	29	24 Generalistas 4 Temáticas musicais 1 Temática informativa	24 Generalistas 4 Temáticas musicais 1 Temática informativa
Santarém	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Setúbal	20	16 Generalistas 4 Temáticas musicais	17 Generalistas 3 Temáticas musicais
Viana do Castelo	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Vila Real	11	11 Generalistas	11 Generalistas
Viseu	23	22 Generalistas 1 Temática informativa	22 Generalistas 1 Temática musical
Região Autónoma Açores	22	22 Generalistas	22 Generalistas
Região Autónoma Madeira	14	14 Generalistas	14 Generalistas
Total	347	326 Generalistas 16 Temáticas musicais 5 Temáticas informativas	325 Generalistas 18 Temáticas musicais 4 Temáticas informativas

Fonte: ERC

A figura que se segue apresenta um panorama geral da incidência dos serviços de programas locais generalistas e temáticos - musicais e informativos -, nos diferentes distritos e regiões autónomas, no universo dos 347 operadores de radiodifusão.

FIG. 5 Distribuição pelo território nacional dos serviços de programas generalistas e temáticos



Fonte: ERC

4. Alteração de Denominação

Conforme evidenciado, um dos aspectos do projecto radiofónico cujas atribuição e alteração se encontram sujeitas a autorização prévia da ERC é a denominação do serviço de programas.

No decurso do ano de 2008, foram autorizadas oito alterações de denominação, duas das quais no âmbito de uma alteração do projecto aprovado, uma na sequência de um pedido de autorização para alteração do capital social do operador e cinco, mediante requerimento, sem implicação no serviço disponibilizado pelo operador.

FIG. 6 Alterações de denominação autorizadas em 2008

	Operador	Denominação	
		Anterior	Actual
1	Radiurbe - Produção e Comércio de Publicidade de Rádio, Unipessoal, Lda	Rádio Viva FM	Rádio Calheta
2	Côco - Companhia de Comunicação, SA	Rádio Class FM	Cidade FM Tejo
3	RC - Empresa de Radiodifusão, SA	Rádio Clube de Vale de Cambra	Cidade FM Vale de Cambra
4	Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda	Rádio Nossa	Record FM
5	Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa, Lda - Serviço de programas de Onda Média	Canal 1	Rádio Sim
6	Leirimédia - Produções e Publicidade, Lda	Central FM	Rádio Clube de Leiria
7	Rádio Urbana, CRL	Rádio Urbana	Urbana FM
8	Notícias 2000 FM - Actividade de Radiodifusão Sonora, Lda	TNT Rádio	Estação Rádio Madeira - TSF Madeira

Fonte: ERC

Síntese conclusiva

No âmbito das alterações registadas, no ano de 2008, aos projectos de radiodifusão sonora, assistiu-se a uma tendência, que começa a sedimentar-se no panorama radiofónico nacional, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respectivos projectos radiofónicos visando a sua adaptação a modelos pré-existentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, disso sendo reflexo os pedidos de alteração do projecto aprovado, conversão dos serviços de programas, assim como a alteração de denominação dos serviços, registados ao longo do ano.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

DETENTORES
DO CONTROLO
DA EMPRESA

VOLUME III

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

1. Nota introdutória

No sentido da salvaguarda da não concentração da titularidade das entidades que prosseguem esta actividade, impõe a Lei da Rádio limitações quantitativas quanto às participações no capital social de operadores radiofónicos, a saber: “[c]ada pessoa singular ou colectiva só pode deter participação, no máximo, em cinco operadores de radiodifusão” e “[n]ão são permitidas, no mesmo município, participações superiores a 25% do capital social de mais de um operador radiofónico com serviços de programas de âmbito local”.

A fim de assegurar o respeito por tais limitações, bem como outros valores e objectivos inerentes ao exercício de uma actividade licenciada, mediante utilização de um bem do domínio público, determina o artigo 18º do referido diploma que “[a] realização de negócios jurídicos que envolvam a alteração do controlo da empresa detentora da habilitação legal para o exercício da actividade de radiodifusão só pode ocorrer três anos depois da atribuição original da licença, ou um ano após a última renovação, e deve ser sujeita à aprovação prévia da AACCS”¹.

2. Alteração ao Controlo do Capital Social

Em 2008, a ERC apreciou 16 pedidos de alteração do controlo das seguintes empresas titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão:

- Rádio Mais, CRL;
- Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, SA;
- R.N.L. - Rádio Nova Loures, Lda;
- Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda;
- Rádio Terra Mãe, Lda;
- MCR - Radiofonia e Publicidade, Sociedade Unipessoal, SA;
- RSF -Radiodifusão, Lda;
- EVB - Emissora Voz da Bairrada, CRL;
- Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL;
- R.J.TV. - Rádio, Jornais e Televisão, Meios Comunicação e Audiovisuais, Unipessoal, Lda.
- Radiurbe - Produção e Comércio de Publicidade de Rádio, Unipessoal, Lda;

1 Alta Autoridade para a Comunicação Social, agora ERC.

- Castelo de Lanhoso 2 - Comunicação Social, Lda;
- Sintonizenos - Comunicação Social, Lda;
- Rádio Litoral Centro - Empresa de Radiodifusão, Lda;
- Ecos da Raia - Publicidade e Rádio, Lda;
- VDRF - Electrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.

Importa, aqui, assinalar o aumento para mais do dobro dos pedidos de alteração do capital social apresentados em 2008 (16) comparativamente com os de 2007, apenas sete.

3. Pessoas Singulares e Colectivas com Participações no Capital Social de 3 ou mais Operadores

No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas 18 entidades - pessoas singulares ou colectivas - com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas, no ano de 2008. Neste conjunto, e excluindo-se o Grupo RTP, encontram-se as entidades detentoras dos alvarás dos serviços de programas de cobertura nacional e regional - Media Capital Rádios, Rádio Renascença e Rádio Notícias.

Assinalando-se, apenas, uma alteração relativamente aos dados apurados no ano de 2007, com a alteração da titularidade do capital social do operador EVB - Emissora Voz da Bairrada, CRL, pela qual o identificado Lino Augusto Vinhal acrescentou, às duas participações já anteriormente detidas, uma terceira.

FIG. 1 Pessoas singulares ou colectivas com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas

Identificação das entidades	Prestadores de serviços de programas
MCR II - Média Capital Rádio, SA (Grupo Media Capital)	Rádio Regional de Lisboa, SA (Regional)
	Rádio Comercial, SA (Nacional)
	Rádio XXI, Lda
	Rádio Cidade - Prod. Audiovisuais, SA
Rádio Milénio - Emissões de Radiodifusão, SA*	Coco - Companhia de Comunicação, SA (operador titular de três alvarás, em Lisboa, Porto e Montijo)
	PRC - Prod. Radiofónicas de Coimbra, Lda
	Rádio Concelho de Cantanhede, Lda
	Rádio Litoral Centro, Emp. Radiodifusão, Lda
Rádio Notícias - Produções e Publicidade, SA	Radiopress - Comunicação e Radiodifusão, Lda (Regional)
	TSF - Rádio Jornal de Lisboa, Lda
	Pense Positivo - Edição e Distribuição de Audiovisuais, Lda
	Difusão de Ideias - Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Santa Maria - Coop. Serviços Radiofónicos, CRL

Rádio Renascença, Lda (Patriarcado de Lisboa)	Canal 1 (Nacional)
	RFM (Nacional)
	Mega FM
	Rádio Metropolitana – Com. Social, Lda
	Rádio Pal, Sociedade Unipessoal, Lda
	RO – Edições e Publicidade, Lda
Álvaro Ricardo Gávea	Rádio 90 FM – Radiodifusão, Lda
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
António Fernandes	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
	Rádio Barca - Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL
	Rádio Clube da Lourinhã, CRL
Dário Dias Simão	Rádio Clube de Angra
	Rádio Clube de Arqanil, CRL
	Rádio Clube do Sul, CRL
Lionel Alberto Guedes / Maria Elisa Pereira da Conceição / Verónica da Luz Faiões	RTVA - Radiotelevisão Atlântico, SA
	Rádio Mértola, Lda
	Rádio Ourique, Lda
Fernando Santos Mendes Gomes / Fernando Manuel Moura da Silva*	Cooperativa Cultural Pala-Pinta, CRL
	Rádio Planalto, CRL
	Rádio Bragança – RBA, CRL
João Manuel Faiões de Sá	Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda
	Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda
	Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda
João Paulo Pereira Brum Pacheco	Mirandum FM – Sociedade de Comunicação, Lda
	Cooperativa de Radiodifusão Brigantia, CRL
	Alfândega FM – Sociedade de Comunicação, Lda
Luís Manuel de Sá Montez	Rádio Insular, Lda
	Rádio Ilha, Lda
	Ciclone – Publicações e Difusões, Lda
Manuel Toito Charana / Maria de Fátima Toito Charana	Rádio Comercial da Linha – Soc. Radiodifusão, Lda
	SIRS – Soc. Independente de Radiodifusão Sonora, SA
	Rádio Festival do Norte, SA
	Lusocanal – Sociedade de Radiodifusão, Lda
	Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Lda
Lino Augusto Vinhal	Rádio 100 – Soc. Prod. Audiovisuais, Lda
	Rádio Bonfim – Prod. Audiovisuais, Lda
	Rádio Comercial de Almeirim, Lda
Acácio Martins Marinho	EVB – Emissora Voz da Bairrada, CRL
	Rádio Soberania – Emp. Radiodifusão, Lda
	Rádio Regional do Centro, Lda
António Cândido Lopes Madureira / Manuel Silvério Garcia Esparteiro	Nova Rádio Voz de Santo Tirso, Lda
	Jornal da Trofa, Lda
	Moviface – Meios Publicitários, Lda
António José Henriques Janeiro / Jaime da Conceição Henriques Janeiro / José Manuel Pinheiro Barradas / José Maria Mendes Raimundo / Maria da Piedade Santinho Batista Henriques Janeiro	CR – Comunicação Regional, Lda
	Rádio Cidade de Tomar – Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda
	Vila de Rei FM - Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda
	Rádio São Mamede – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
Carlos Alberto Tomás Rodrigues / Jaime Ernesto Nunes Vieira Ramos / Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira / José Alberto Ramos de Vasconcelos / José Samuel Pestana de França	Rádio Alter do Chão – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
	Rádio Fronteira – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
	Rádio Gavião – Fonógrafo – Produções de Som e Imagem, SA
Carlos Alberto Tomás Rodrigues / Jaime Ernesto Nunes Vieira Ramos / Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira / José Alberto Ramos de Vasconcelos / José Samuel Pestana de França	Girão FM – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Palmeira – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Sol – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda
	Rádio Zarco – Ramos, Marques & Vasconcelos, Lda

Fonte: ERC/ * Entidades celebraram acordos de parceria com o Grupo Media Capital.

4. Distribuição por Operadores das Frequências Nacionais e Regionais

Não se registaram quaisquer alterações no quadro do planeamento de distribuição das frequências nacionais e regionais, em relação ao ano de 2007, mantendo-se, por conseguinte, as 6 frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional, cuja sistematização é apresentada na figura infra.

FIG. 2 Distribuição de frequências nacionais e regionais

Cobertura	Designação	Operador
Nacional	Antena 1	RDP
	Antena 2	
	Antena 3	
	Rádio Comercial	Rádio Comercial, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	Rádio Renascença	Rádio Renascença, Lda
RFM		
Regional	Rádio Clube Português	Rádio Regional de Lisboa, SA (MCR II – Média Capital Rádio, SA)
	TSF	RadioPress – Comunicação e Radiodifusão, Lda

Fonte: ERC

Síntese conclusiva

Em 2008, as alterações à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de actividade de radiodifusão, em particular as licenciadas para uma área geográfica circunscrita a um município, registaram um aumento significativo em relação aos pedidos apresentados no ano anterior.

De assinalar, porém, que tais alterações não representaram modificações significativas no quadro dos detentores de participação no capital social de três ou mais operadores.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

QUOTAS
DA MÚSICA
PORTUGUESA

VOLUME III

Quotas da Música Portuguesa

1. Nota introdutória

1.1 Objectivos

No presente relatório pretende-se uma avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos nacionais, regionais e locais, quanto à difusão de música portuguesa.

De acordo com as alterações introduzidas pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, à Lei da Rádio, os serviços de programas de radiodifusão sonora estão sujeitos a quotas no que respeita à programação de música portuguesa.

Por outro lado, a Portaria n.º 265/2008, de 9 de Abril, fixa a percentagem de 25% como quota mínima de música portuguesa, a vigorar até ao dia 3 de Maio de 2009.

Também o Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República, II Série, n.º 172, sob o n.º 495/2008, de 5 de Setembro, vem estabelecer os critérios a aplicar relativamente à exclusão dos serviços de programas temáticos do cumprimento das quotas de música portuguesa nos termos dos artigos 44º-D e 44º-E, n.º 2, da Lei da Rádio, tendo em conta a especificidade programática destas estações que se dedicam à difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

1.2 Critério e Metodologia

Para efeitos de fiscalização, o cálculo das percentagens é apurado mensalmente e tem como base o número de composições difundidas por serviço de programas no mês anterior.

Os apuramentos percentuais resultam do sistema de informação da ERC, implementado em Outubro de 2007, que veio permitir obter valores incidentes sobre as difusões musicais dos diversos serviços de programas de radiodifusão que se encontram activos.

Este sistema, estruturado numa base de dados, recolhe os elementos a partir dos relatórios de emissão dos sistemas de informação dos respectivos serviços de programas, o que permitiu a monitorização, nomeadamente no quarto trimestre de 2008, de um universo médio de 130 serviços de programas, mais dez que no ano transacto.

Importa assinalar que o universo de operadores registados nem sempre é coincidente com o número médio de rádios com envios mensais, sendo que, por vezes, por razões de ordem técnica, os dados não são enviados até à data da consolidação mensal, pelo que a monitorização efectuada se circunscreve, conforme referido, ao universo médio de 130 serviços de programas, sendo certo, porém, que até ao final do ano de 2008 o número total de serviços activos no sistema de apuramento automático era de 147.

No último mês de 2008 o número de operadores locais, regionais e nacionais que enviaram dados foi de 132. Na análise da figura seguinte, fundada no universo de 132 operadores activos, evidencia-se a proporção, por distrito, dos mesmos.

FIG. 1 Distribuição, por distrito, dos operadores activos

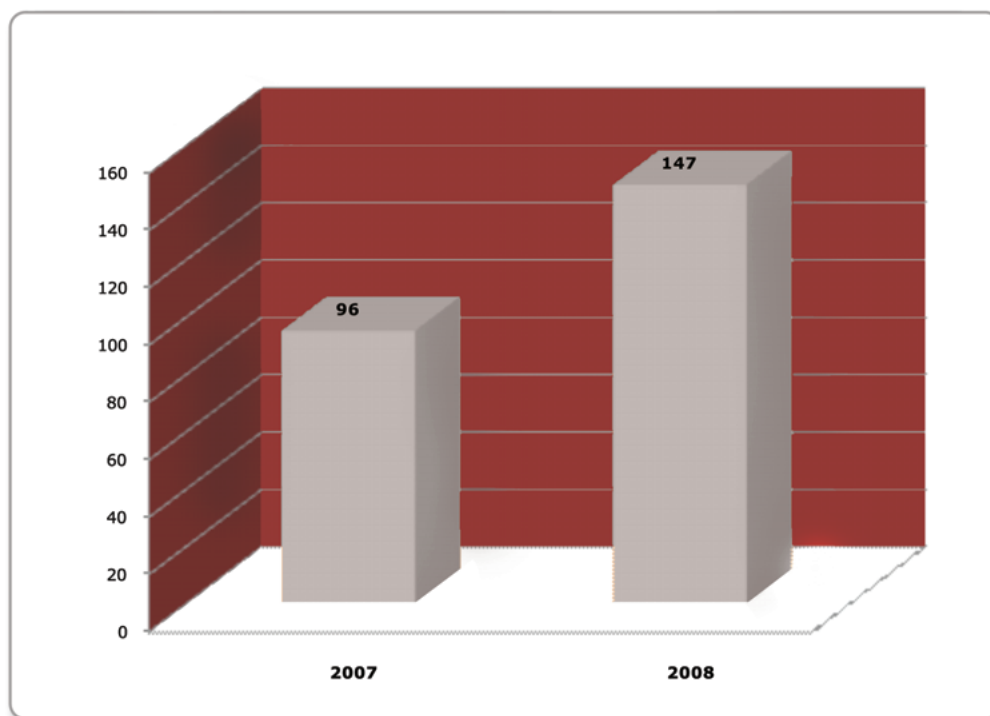
Distrito/Região	Total	
	Número	Proporção
Aveiro	11	8,3
Beja	8	6,1
Braga	10	7,6
Bragança	0	0,0
Castelo Branco	2	1,5
Coimbra	5	3,8
Évora	3	2,3
Faro	7	5,3
Guarda	6	4,5
Leiria	12	9,1
Lisboa	19	14,4
Portalegre	1	0,8
Porto	13	9,8
Santarém	12	9,1
Setúbal	4	3,0
Viana do Castelo	3	2,3
Vila Real	1	0,8
Viseu	11	8,3
Açores	3	2,3
Madeira	1	0,8
Total	132	100,0

Fonte: ERC

Foram também sujeitas a análise extraordinária, por via de amostragem, as difusões musicais de 110 serviços de programas de radiodifusão locais que não se encontram activos no sistema automático de quotas de música portuguesa e que contemplou os meses de Agosto a Dezembro de 2008.

No que respeita ao número de rádios activas no portal de música portuguesa, este teve um acréscimo significativo de operadores conforme se pode observar na figura a seguir apresentada:

FIG. 2 Quadro comparativo das rádios activas no portal de música portuguesa - Dezembro 2007-2008



Fonte: ERC

Estes valores traduzem, relativamente ao ano transacto, um acréscimo de 53% do universo de operadores que se encontram activos para o envio e tratamento automático de dados, o que permite uma monitorização cada vez mais abrangente do universo radiofónico nacional.

2. Cumprimento da Quota de Música Portuguesa

Tendo assim por base os elementos recepcionados via automática, foram os seguintes os valores apurados respeitantes às três vertentes previstas na lei:

A) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.

B) Quota no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de operadores activos que emitem uma quota igual ou superior a 25% e percentagem de operadores que não preenchem a quota de 25% de música portuguesa.

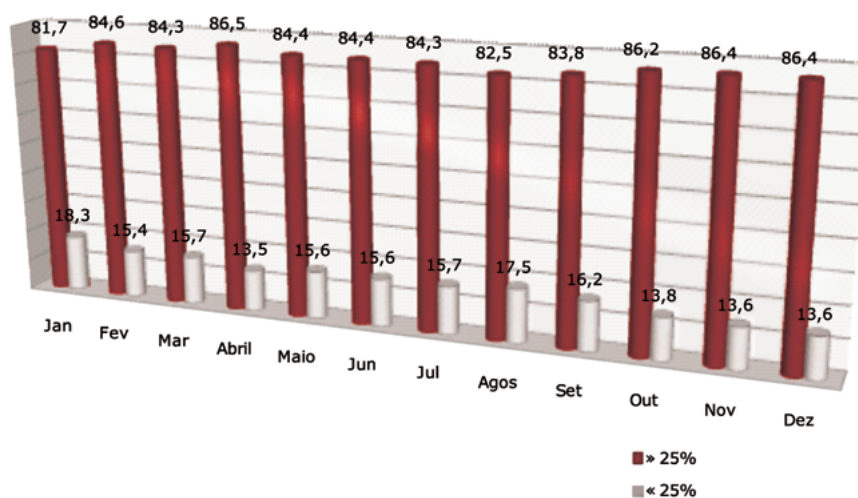
C) Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de operadores activos que preenchem a quota de 25% de música portuguesa, com um mínimo de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

FIG. 4 Percentagem de operadores activos que emitem uma quota > ou < a 25% nas 24 horas de emissão

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
» 25%	81,7	84,6	84,3	86,5	84,4	84,4	84,3%	84,3	82,5	83,8	86,2	86,4	86,4	84,9%
« 25%	18,3	15,4	15,7	13,5	15,6	15,6	15,7%	15,7	17,5	16,2	13,8	13,6	13,6	15,1%

Fonte: ERC

FIG. 5 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa em 24 horas de emissão



Fonte: ERC

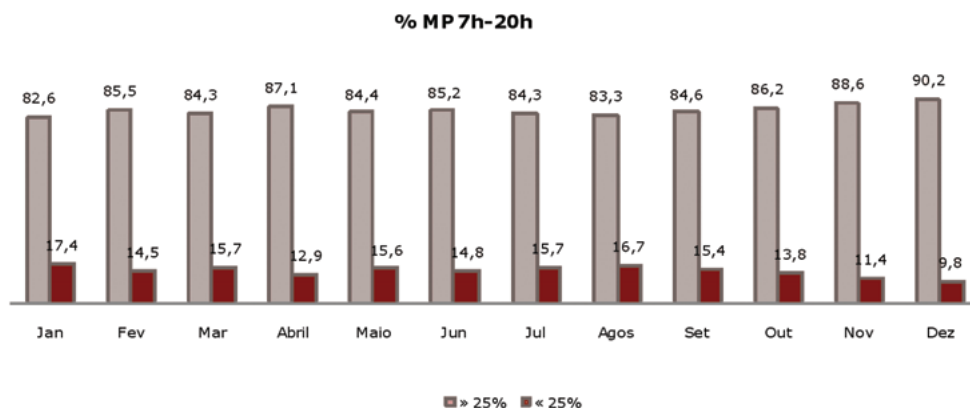
A análise dos dados registados permite concluir que, no ano de 2008, mais de 80% dos operadores activos no sistema de apuramento automático de quotas, cumpriu a quota mínima mensal nas 24 horas de emissão, bem como no período das 7h às 20h, conforme resulta das figuras infra.

FIG. 6 Percentagem de operadores activos que emitem uma quota > ou < a 25% no período das 7h às 20h

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
» 25%	82,6	85,5	84,3	87,1	84,4	85,2	85%	84,3	83,3	84,6	86,2	88,6	90,2	86,2%
« 25%	17,4	14,5	15,7	12,9	15,6	14,8	15,2%	15,7	16,7	15,4	13,8	11,4	9,8	13,8%

Fonte: ERC

FIG. 7 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

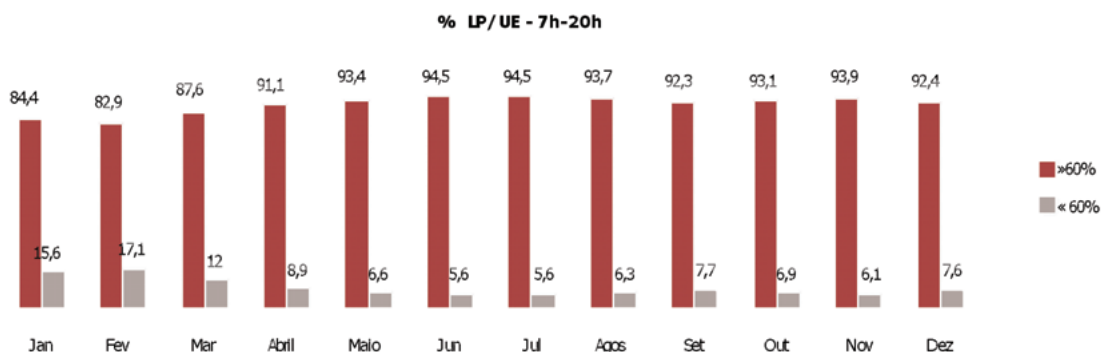
No que respeita às difusões musicais portuguesas interpretadas por cidadãos da União Europeia, verificou-se uma tendência de crescimento ao longo do ano, registando-se que, em Dezembro, uma média de 92,4% dos operadores que enviaram dados cumpriram a quota estipulada.

FIG. 8 Percentagem de operadores activos que emitem música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Quota	Jan	Fev	Mar	Abril	Maio	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
» 60%	84,4	82,9	87,6	91,1	93,4	94,5	89%	94,5	93,7	92,3	93,1	93,9	92,4	93,3%
« 60%	15,6	17,1	12	8,9	6,6	5,6	11%	5,6	6,3	7,7	6,9	6,1	7,6	6,7%

Fonte: ERC

FIG. 9 Gráfico de percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

Os serviços de programas que não alcançaram o valor de 60% previsto no artigo 44º-C, que rondou os 7% em Dezembro, dedicaram grande parte das suas difusões musicais a temas de origem brasileira, que não são considerados para apuramento da presente quota.

No que atende à percentagem de incumprimento da quota de 25%, prevista no artigo 44º - A da Lei, aquela rondou os 20%, sendo que aqui se incluem serviços de programas temáticos musicais cujo projecto de programação parece incidir sobre géneros sem expressão de produção em Portugal. Alguns destes operadores solicitaram já isenção de cumprimento da quota de música, tendo em conta a especificidade da sua programação.

Verificaram-se, também, algumas situações de incumprimento continuado, as quais se mantiveram por períodos superiores a três meses. Porém, e após devida comunicação aos operadores, registou-se que uma parte significativa dos mesmos regularizou os seus valores em Dezembro de 2008. Tal situação é, aliás, demonstrada nas percentagens acima indicadas, nomeadamente, no que respeita ao período de maior audiência, entre as 7h e as 20h.

Outras situações de incumprimento ainda detectadas envolveram, por um lado, serviços de programas que, apesar de classificados como generalistas, difundem maioritariamente conteúdos musicais de insuficiente produção nacional, essencialmente dirigidas a públicos jovens e, por outro lado, estações que, estando associadas a cadeias temáticas, não alcançaram os valores regulamentares, apesar de terem vindo progressivamente a aumentar as difusões musicais portuguesas.

As situações referidas estão agora a ser objecto de análise à luz do regulamento publicado e que vem determinar as condições ao abrigo das quais o operador de serviço de radiodifusão poderá solicitar isenção do cumprimento das quotas de música.

Pormenorizando os incumprimentos, estes foram estratificados em diferentes graus, com os seguintes intervalos: até 5%, entre 5% e 10%, entre 10% e 15%, entre 15 e 20% e entre 20% e 25%.

FIG. 10 Incumprimentos registados, por operador e por mês

Quotas	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%
]0-5]	1	5,3	1	5,9	3	15,8	2	12,5	2	12,5	1	5,3
]5-10]	2	10,5	1	5,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
]10-15]	10	52,6	9	52,9	3	15,8	1	6,3	1	6,3	5	26,3
]15-20]	4	21,1	5	29,4	7	36,8	9	56,3	9	56,3	7	36,8
]20-25[2	10,5	1	5,9	6	31,6	4	25,0	4	25,0	6	31,6
Total	19	100	17	100	19	100	16	100	16	100	19	100
Quotas	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro	
	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%	N.º Rádios	%
]0-5]	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,7
]5-10]	0	0,0	4	19,0	4	20,0	4	22,2	1	6,7	0	0,0
]10-15]	12	60,0	8	38,1	8	40,0	6	33,3	3	20,0	3	23,1
]15-20]	0	0,0	3	14,3	1	5,0	0	0,0	8	53,3	8	61,5
]20-25[8	40,0	6	28,6	7	35,0	8	44,4	3	20,0	1	7,7
Total	20	100	21	100	20	100	18	100	15	100	13	100

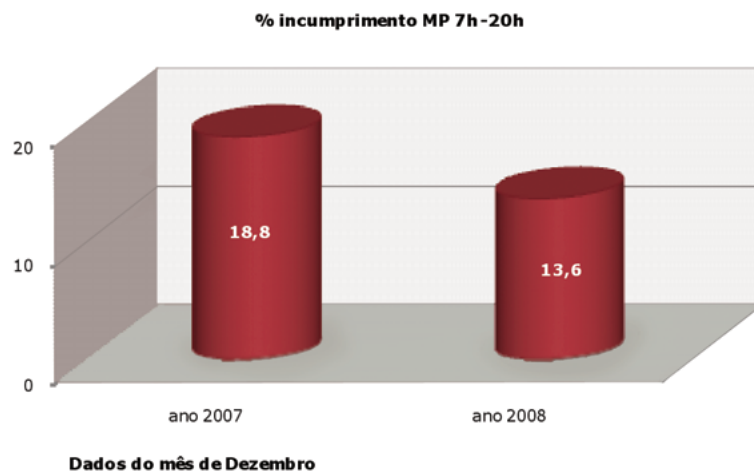
Fonte: ERC

Conforme demonstram os valores apresentados desde o mês de Novembro, diminuiu o número de rádios que apresentavam uma percentagem de incumprimento situada no intervalo que compreende os 10 e 15%, passando para o intervalo seguinte, até 20%, o que demonstra um aumento das difusões musicais portuguesas destes serviços de programas.

Também no mês de Dezembro e conforme já anteriormente referido, registou-se uma diminuição do número de rádios com quota inferior a 25%.

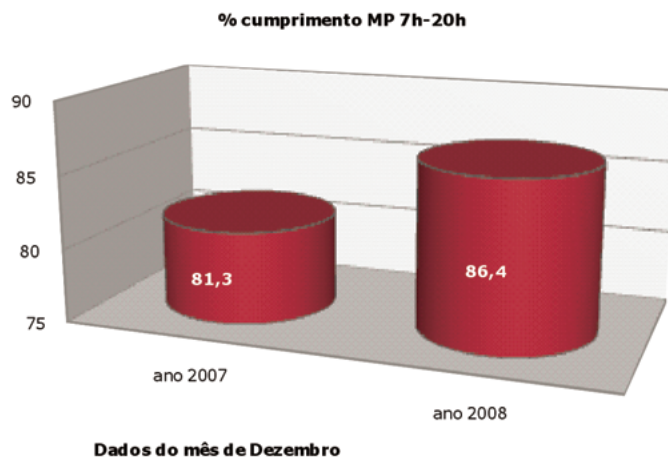
Tendo em conta os valores relativos a 2007, ano em que foi implementado o sistema de monitorização e tomando como referência o mês de Dezembro, data em que já se tinha constituído uma amostra mais significativa de rádios activas no sistema, observou-se o seguinte:

FIG. 11 Gráfico comparativo da percentagem de incumprimento da quota de música portuguesa no período das 7h às 20h – 2007/2008



Fonte: ERC

FIG. 12 Gráfico comparativo da percentagem de cumprimento da quota de música portuguesa no período das 7h às 20h – 2007/2008



Fonte: ERC

Confirmam as figuras e apesar de reflectirem universos amostrais diferentes, dado o número de rádios activas ter aumentado em 2008 - de 96, no final de 2007, para 147, em Dezembro de 2008 -, que as percentagens médias de cumprimento da quota geral de 25% de música portuguesa apontam para uma tendência evolutiva positiva, na ordem dos 5,3 pontos percentuais, e, consecutivamente, a diminuição das percentagens médias de incumprimento face mesmo ao mês do ano anterior.

Relativamente à percentagem prevista no art.º 44º-D da Lei da Rádio, que refere uma quota de 35% para difusões musicais editadas nos últimos 12 meses e tal como já antes referido no Relatório de Regulação de 2007, não existe informação disponível no mercado capaz de identificar os temas susceptíveis de preencher esta quota de música recente.

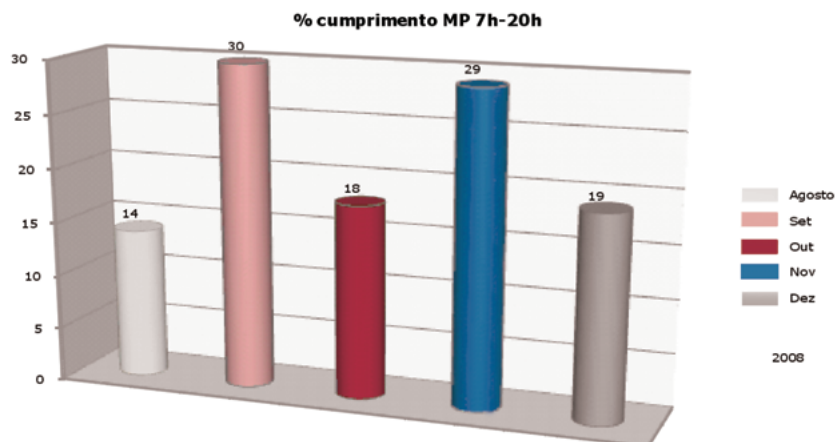
2.1 Análise por Amostragem do Cumprimento da Quota geral de Música Portuguesa

A análise por amostragem foi efectuada no âmbito dos processos de renovação de licenças dos operadores de rádio, compreendendo, até Dezembro de 2008, um universo de 110 serviços de programas.

Constatou-se que a grande maioria das rádios auditadas difunde três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, o que parece assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei. Apenas cinco dos serviços de programas analisados suscitaram dúvidas neste domínio.

Observou-se, ainda, que algumas estações difundem programas de uma a duas horas diárias preenchidos somente com temas portugueses e no período compreendido entre as 7h e as 20 horas.

FIG. 13 Serviços de programas analisados por amostragem entre Agosto e Dezembro de 2008



Fonte: ERC

2.2 Operadores Nacionais

Por outro lado, atendendo à importância dos operadores nacionais na divulgação da música portuguesa, importa conhecer o comportamento destes operadores no decurso do ano.

O apuramento efectuado segue os critérios legais já supra referenciados e aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Portanto, a análise apresentada, tendo por base os elementos recepcionados via automática, respeita às seguintes vertentes:

- A) Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento da percentagem de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão.
- B) Quota no período diário compreendido entre as 7h e as 20h - Apuramento da percentagem de difusão de música portuguesa no período de emissão entre as 7h e as 20 horas.
- C) Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia - Apuramento, no período de emissão diário das 7h às 20h, da percentagem de preenchimento da quota de 25% de música portuguesa, com um mínimo de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

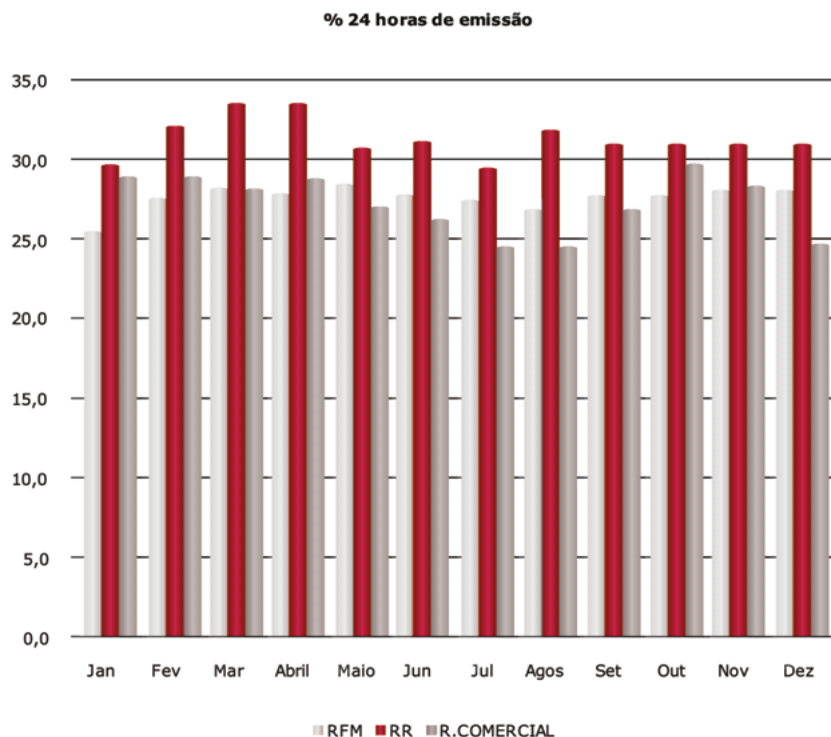
Relativamente à primeira vertente analisada, os dados apurados, vertidos nas tabelas infra, demonstra pouca variação dos valores globais entre o primeiro e o segundo semestre, salientando-se que os três operadores nacionais ultrapassam o mínimo legal estabelecido.

FIG. 14 Apuramento da quota de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM	25,0	27,2	27,8	27,6	28,0	27,6	27,2	27,1	26,5	27,4	27,3	27,6	27,5	27,2
RR	29,3	31,7	33,2	32,8	30,2	30,8	31,3	29	31,4	30,6	30,3	30,3	30,7	30,4
R.COMERCIAL	28,4	28,5	27,7	28,4	26,6	25,9	27,6	24,2	24,2	26,5	29,3	27,9	24,3	26,1

Fonte: ERC

FIG. 15 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa em 24 horas de emissão



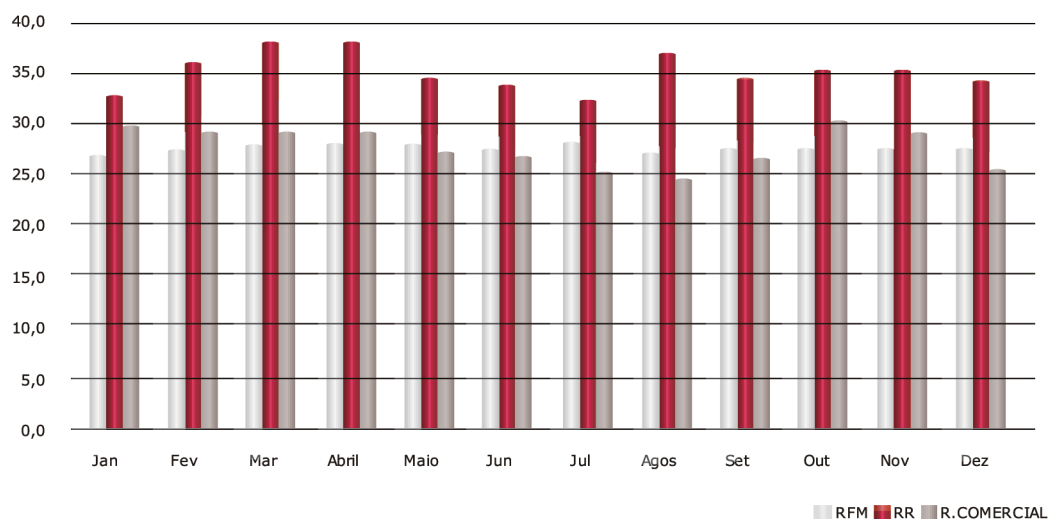
Fonte: ERC

No período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, a análise dos dados permite concluir que, no ano de 2008, os três operadores cumpriram a quota mínima mensal, conforme resulta das figuras infra.

FIG. 16 Apuramento da quota de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM	26,2	26,8	27,3	27,3	27,3	26,9	27	27,4	26,5	26,8	27	26,6	26,6	26,8
RR	32,0	35,3	37,4	36,4	33,6	33	34,6	31,7	36,3	33,8	34,7	34,2	33,7	34,1
R.COMERCIAL	29,1	28,5	28,3	28,5	26,5	26,1	27,8	24,5	23,8	26	29,6	28,2	24,8	26,2

Fonte: ERC

FIG. 17 Gráfico de percentagem de difusão de música portuguesa no período das 7h às 20h

Fonte: ERC

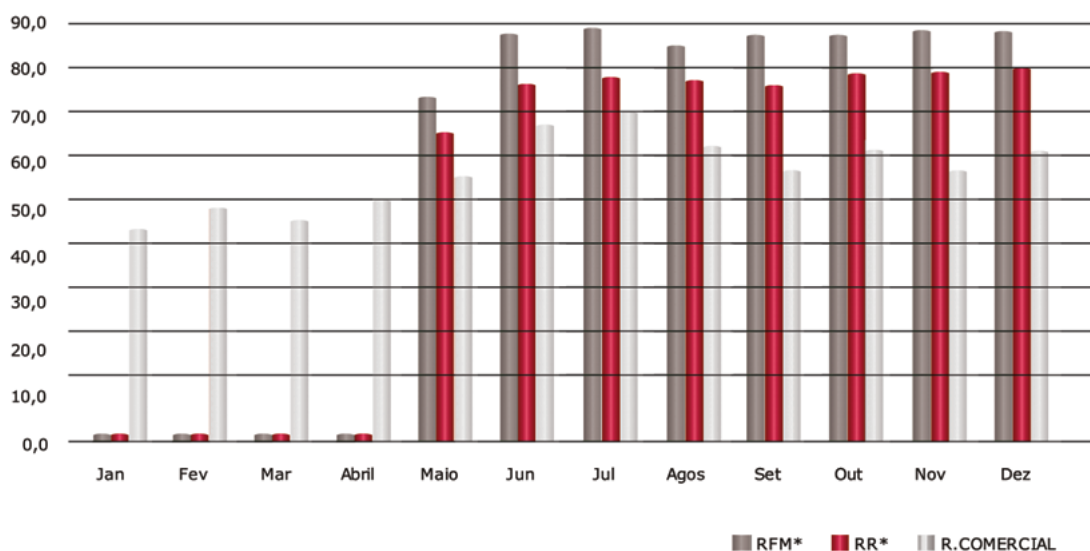
No que respeita às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia verificou-se uma tendência de crescimento ao longo do ano, registando-se que, em Dezembro, dois dos operadores nacionais ultrapassavam a quota estipulada e a Rádio Comercial cumpria a percentagem mínima exigida. Saliente-se, porém, que apenas relativamente a este último operador se dispõe de dados relativos ao ano inteiro, dado que, por dificuldades técnicas registadas entre Janeiro e Abril, não foi possível o apuramento da quota desses meses da RFM e da Rádio Renascença.

FIG. 18 Percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
RFM*	--	--	--	--	73,3	86,1	--	87,4	84,3	84,1	85,3	87	86,7	85,8
RR*	--	--	--	--	65	75,7	--	76,3	76	75	77,4	77,5	78,6	76,8
R. COMERCIAL	44	49,1	46,8	50,7	55,6	66,7	52,2	69,3	62,4	56,8	61,4	56,8	60,5	61,2

* Valor sem apuramento entre Jan-Abr por dificuldades técnicas

FIG. 19 Gráfico de percentagem de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 7h às 20h



Fonte: ERC

*Valor sem apuramento entre Jan-Abr por dificuldades técnicas.

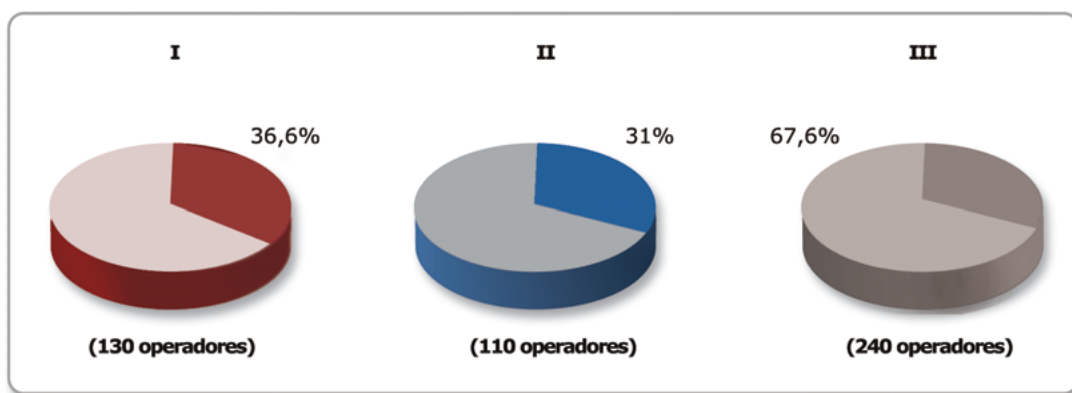
Nos valores referentes às rádios nacionais, resulta que a Rádio Renascença foi o serviço de programas que maior percentagem de difusões musicais portuguesas apresentou, quer no período total da emissão, quer no período das 7h às 20h.

A RFM foi a estação que difundiu maior percentagem de temas interpretados em português por cidadãos da União Europeia, no total de temas musicais portugueses difundidos.

2.3 Amplitude da Análise das Quotas de Música no Número Total de Rádios

No decorrer das duas acções de monitorização desenvolvidas, uma de carácter regular que integrou serviços de programas activos no sistema automático da ERC e outra de teor extraordinário incidente sobre rádios não activas com recurso a amostragem, resultaram as seguintes observações face ao universo total de 355 serviços de âmbitos nacional, local e regional:

FIG. 20



Fonte: ERC

Nas figuras supra, são representadas as seguintes situações:

I) Percentagem do universo médio de rádios activas monitorizadas através do sistema de apuramento automático de quotas.

II) Percentagem de rádios não activas analisadas por amostragem (Julho a Dezembro).

III) Percentagem global de rádios analisadas face ao número total de rádios.

No decurso da monitorização anual desenvolvida ao comportamento dos serviços de programas face às difusões musicais em língua portuguesa, foi possível observar uma percentagem na ordem dos 67,6% do total de rádios, ultrapassando largamente metade dos operadores existentes.

3. Rádios Temáticas

3.1 Regime de Excepção

A Lei da Rádio estabelece no seu artigo 44º- E, n.º 1, um regime de excepção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

Determina o n.º 3 do mesmo preceito que é da competência da Entidade Reguladora para a Comunicação Social definir quais os serviços de programas abrangidos por tal regime de excepção.

Terminado o período transitório de três semestres para a conformação ao cumprimento da quota mínima de 25% de música portuguesa, em Novembro de 2007, conforme estabelecido no artigo 4º da Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, e com a publicação, em Abril de 2008, dos dados relativos ao mercado discográfico nacional respeitante ao ano anterior, ou seja, 2007, foi possível à ERC fixar os serviços de programas susceptíveis de se enquadrarem neste regime de isenção.

O projecto de Regulamento foi sujeito a consulta pública, tendo obtido a concordância generalizada dos intervenientes, com a recolha de todos os contributos dos interessados, críticas e sugestões, que constam de relatório final publicado no sítio da ERC.

O artigo 2º do referido Regulamento estabelece que apenas os serviços de programas classificados como temáticos musicais e de acordo com o projecto licenciado podem requerer a isenção das quotas previstas na Lei.

Estes serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: Hip Pop/Rap/Urbana, Infantil, Jazz/Blues, Dance e Clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP-Associação Fonográfica Portuguesa. Existem actualmente 22 operadores de radiodifusão registados com a tipologia temática, cinco destes de índole informativa.

Nesta fase, encontram-se a ser analisados os pedidos de isenção de 13 serviços de programas no sentido de se verificar se estão reunidas as exigências previstas no presente Regulamento. Deste número, constam cinco estações das dez que actualmente se encontram activas no sistema de apuramento mensal de quotas musicais.

3.2 Dados do Mercado Discográfico

No decurso da elaboração do Regulamento sobre o regime de isenção do cumprimento das quotas de música, previsto na Lei da Rádio, foram estabelecidos contactos com a Associação Fonográfica Portuguesa e Sociedade Portuguesa de Autores (SPA), no sentido de se obter o maior número de dados sobre a edição e, conseqüentemente, sobre a criação musical em Portugal. Por outro lado, foi igualmente necessário encontrar tipologias comuns entre as adoptadas no Regulamento e as praticadas, sobretudo, pela Sociedade Portuguesa de Autores. A SPA, nos actos de registo das edições nacionais, passou a adoptar a seguinte tipologia: clássica, dance music, fado, hip hop, jazz, pop-rock e outros.

Dos dados apurados, verifica-se que foram registadas 920 edições de música portuguesa, com o seguinte detalhe:

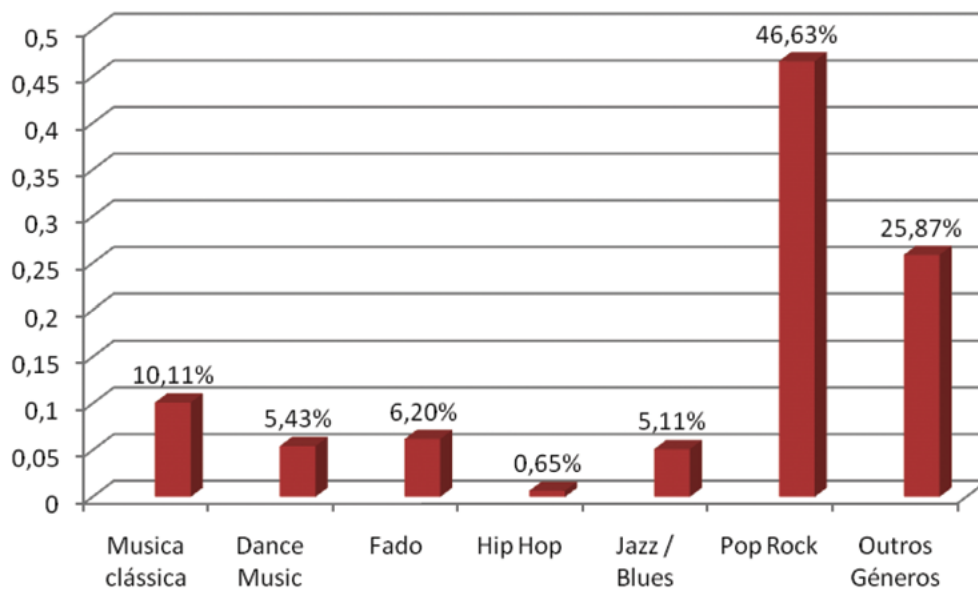
FIG. 21 Edições registadas na SPA

Edições musicais registadas na SPA (2008)	
Música clássica	93
Dance Music	50
Fado	57
Hip Hop	6
Jazz/Blues	47
Pop Rock	429
Outros géneros	238
Total	920

Fonte: SPA

A figura seguinte permite-nos verificar, percentualmente, o peso de cada género no total das edições musicais registadas:

FIG. 22 Percentagem por géneros registados na SPA



Fonte: SPA

Refira-se que no género "outros" encontram-se incluídos trabalhos registados por grupos folclóricos, ritmos africanos, tradições orais, "desgarradas", hinos, etc.

Por outro lado, importa igualmente conhecer os diferentes suportes em que se encontram fixadas as criações musicais submetidas a registo. Com efeito, o suporte mais comum, o CD, registou 841 registos, enquanto os restantes 79 foram distribuídos da seguinte forma: 6 compact disc duplo (C2); 27 compact disc single (CS); 25 maxi-single vinil até quatro faixas (MS); 1 maxi-single duplo vinil até duas faixas (MS2); 5 long-play em vinil (EP) e 14 cassette (K7).

Na dance music, verificou-se o maior número de registos em suporte vinil, com 22 maxi-single e o único single em vinil. Os suportes menos convencionais aqui referidos, na sua maior parte, não são utilizados pelos operadores de radiodifusão.

Estes números, considerando as grandes diferenças qualitativas entre e nos géneros aqui referidos, constituem indicadores preciosos para a fixação anual da quota de música portuguesa, nomeadamente, os géneros de música que constituem o conteúdo base de alguns serviços de programas que solicitam a esta entidade a isenção para o cumprimento das quotas de música.

Dos pedidos de isenção solicitados à ERC, ao abrigo do Regulamento já mencionado no ponto 7 deste relatório, a maior parte advém de serviços de programas temáticos que se dedicam à difusão dos géneros musicais como dance music e hip hop, que, em 2008, representaram respectivamente 5,4% e 0,6% do total das edições discográficas, seguindo-se o género jazz/blues, que preencheu o valor de 5,11% das produções nacionais desse ano.

Síntese conclusiva

No decurso do ano de 2008, assinalou-se um aumento significativo de operadores de radiodifusão activos no sistema de envio e tratamento automático de dados para apuramento da quota de difusão de música portuguesa, registando-se, relativamente a 2007, um acréscimo de 53%.

Dos operadores de âmbito local, activos no sistema, conforme análise dos dados apurados, cerca de 80% cumpre a quota legal de 25% de emissão de música nacional.

A referida quota, de acordo com o previsto no artigo 44º-C da Lei da Rádio, deve ser preenchida com uma percentagem mínima de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, verificando-se que uma média de 92,4% dos operadores activos respeita tal exigência legal.

Com a sedimentação dos hábitos de difusão da música portuguesa a que se tem assistido desde a entrada em vigor da Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, verificou-se, ao longo do ano de 2008, a diminuição das situações irregulares.

Acompanhando tal evolução, também os operadores de âmbito nacional mantêm percentagens de emissão de música portuguesa superiores ao mínimo legal estabelecido, quer no que respeita à obrigação de emissão de uma quota de 25% de música portuguesa, no total da programação musical, quer no que se refere ao preenchimento dessa quota com 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

Importa realçar que o quadro normativo que implementa a quota de música portuguesa, consagra, no seu artigo 44º-E, n.º 1, um regime de excepção, que foi desenvolvido nos termos do Regulamento aprovado pela ERC, publicado no Diário da República, sob o n.º 495/2008, de 5 de Setembro.

Dos elementos determinantes para o desenvolvimento deste regime, destacam-se os dados provenientes do mercado discográfico, no sentido de apurar quais os géneros musicais cuja produção portuguesa, pela sua insuficiência, possa sustentar a aplicação do referido regime de excepção.

Para tal, a ERC contou com a colaboração da Associação Fonográfica Portuguesa e da Sociedade Portuguesa de Autores, concluindo-se que em Portugal são insuficientemente produzidos os seguintes géneros musicais: Hip-hop/Rap/Urbana, infantil, jazz/blues, dance e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação.

Ao abrigo deste regime foram apresentados, até ao final de 2008, 13 pedidos de isenção do cumprimento da quota de música portuguesa, na sua maioria referentes a serviços de programas temáticos musicais cuja programação assenta no género dance music.



RENOVAÇÃO
DOS TÍTULOS
HABILITADORES
PARA O EXERCÍCIO
DA ACTIVIDADE
DE RADIODIFUSÃO
SONORA

VOLUME III

RENOVAÇÃO DOS TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. Nota introdutória

O exercício da actividade de radiodifusão sonora está sujeito, na medida em que esteja em causa a utilização do espectro hertziano terrestre, a licenciamento, mediante Concurso Público.

Actualmente, estão em actividade 347 rádios locais: 311 no continente, 14 na Madeira e 22 nos Açores. Para além das rádios locais, existem ainda dois operadores de âmbito regional: Radiopress - Comunicação e Radiodifusão, Lda, com cobertura na zona norte do País, e a Rádio Regional de Lisboa, SA, com cobertura na zona sul do País. O panorama radiofónico nacional, com recurso ao espectro hertziano terrestre, compreende, por último, três operadores de radiodifusão sonora com cobertura nacional: a RDP - Radiodifusão Portuguesa, a Rádio Renascença - Emissora Católica Portuguesa e a Rádio Comercial.

À ERC, no exercício das suas competências e a fim de realizar as suas atribuições, cabe, genericamente, assegurar o cumprimento das normas reguladoras das actividades de comunicação social, incumbindo-lhe, no domínio da actividade de radiodifusão sonora, entre outros, o dever de decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projectos aprovados, os pedidos de renovação dos títulos habilitadores do exercício da actividade, pronunciar-se sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades, fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis, etc.

A lei sectorial – Lei n.º 4/2001, de 23 de Fevereiro (doravante Lei da Rádio) – define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidam sobre os objectivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

2. Renovação de Licenças de Rádio de Operadores de Âmbito Local

Um dos aspectos basilares das funções que estão cometidas à ERC é o poder de decisão sobre a atribuição, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da actividade.

Em relação ao ano de 2008, cabe fazer especial referência ao procedimento de renovação.

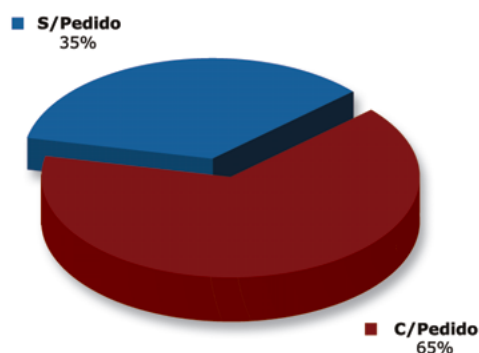
As licenças dos operadores de radiodifusão sonora são atribuídas por um prazo de dez anos, renováveis por igual período mediante requerimento, o qual deverá ser apresentado no prazo de seis meses antes do termo da validade do título.

Cerca de 87% dos 347 operadores de âmbito local actualmente em actividade foram licenciados ao abrigo do Concurso Público aberto pelo Despacho de 4 de Novembro de 1988, tendo os respectivos títulos de habilitação sido emitidos ao longo do ano de 1989.

A primeira renovação dos referidos títulos foi desencadeada, nos termos do quadro legal à data em vigor, no decurso do ano de 1999, concluindo-se em 2009 o prazo de 20 anos sobre a data de emissão dos títulos habilitadores.

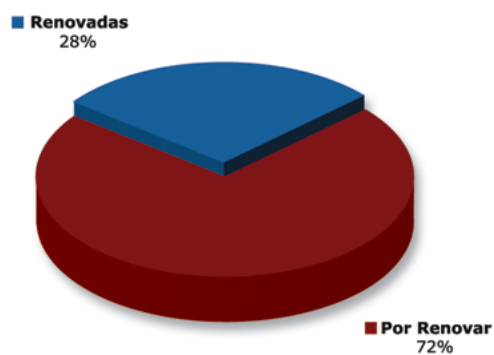
Considerando que, nos termos do artigo 17º, n.º 1, da Lei da Rádio, os pedidos de renovação das licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora devem ser apresentados no prazo de seis meses que antecede o termo da sua validade, até ao final do ano de 2008, foram apresentados 227 pedidos de renovação de licenças no mesmo intervalo de tempo, representativos de 65% do universo de 347 operadores de âmbito local em actividade.

FIG. 1 Percentagem de pedidos de renovação apresentados em 2008



Fonte: ERC

Até ao final de 2008, o Conselho Regulador deferiu o pedido de renovação de 64 operadores (28% do total de pedidos apresentados).

FIG. 2 Percentagem de licenças renovadas em 2008, em relação ao total dos pedidos apresentados

Fonte: ERC

Síntese conclusiva

No ano de 2008, designadamente a partir do 2º semestre, iniciou-se o prazo de seis meses para apresentação pelos operadores titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão de âmbito local, dos respectivos pedidos de renovação.

No universo total de 347 operadores de âmbito local, foram apresentados, até ao fim do ano, 227 pedidos de renovação, dos quais 64 foram autorizados, no mesmo período de tempo.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

ACTIVIDADE
DE FISCALIZAÇÃO
DAS RÁDIOS
LOCAIS NO
ANO DE 2008

VOLUME III

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS NO ANO DE 2008

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2008, acções de fiscalização junto de operadores do sector de radiodifusão sonora, com vista à verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis. Tais acções foram desencadeadas segundo três critérios:

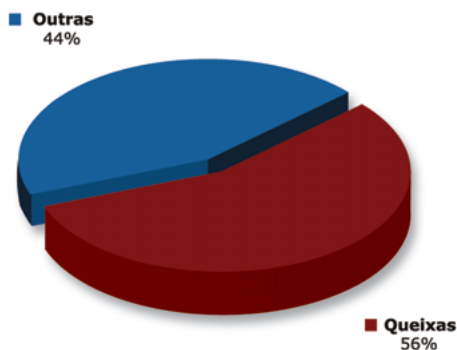
- A partir de queixa formulada contra um operador ou serviço de programas.
- A partir de pedidos de renovação de licença, para verificação dos requisitos legais da entidade interessada e das suas emissões.
- A partir de ambos, para verificação, no local, do desenvolvimento do projecto de radiodifusão autorizado, realizando-se para o efeito uma visita de fiscalização à sede e ou ao serviço de programas do operador.

Realizaram-se 54 acções de fiscalização junto de operadores de rádio, valor que representa cerca de 16% do total de operadores em actividade no sector.

A) Com base em queixas apresentadas, foram desencadeadas 30 acções de fiscalização – representativas de 56% do total de acções desenvolvidas - que motivaram a instrução do referido processo. Este processo inclui, entre outros, os elementos referentes à programação, meios envolvidos e gravação da emissão de dois dias, das 00.00h às 24.00h.

Nas queixas apresentadas, verifica-se que, entre outros, são apresentados como principais fundamentos o encerramento do estabelecimento do operador, a degradação de instalações, a ausência de recursos humanos ou de programação própria, a realização de emissões exclusivamente musicais e a falta de programação local e noticiários.

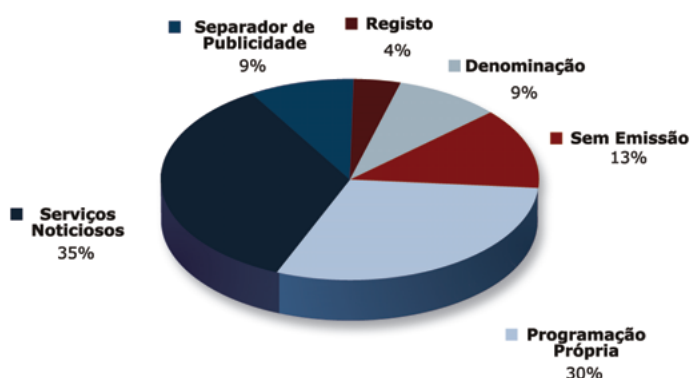
B) Tendo em vista a pronúncia da ERC quanto aos pedidos de renovação de licenças apresentados, e para observância do cumprimento de determinados requisitos legais, foram desenvolvidas 24 acções de fiscalização, que representam 44% do total de acções desenvolvidas.

FIG.1 Total das acções de fiscalização realizadas em 2008

Fonte: ERC

C) Das 54 acções de fiscalização desenvolvidas no decurso do ano de 2008, houve necessidade de realizar 16 visitas de fiscalização às instalações e serviços de programas dos operadores, para verificação da actividade desenvolvida, emissão, meios envolvidos e instalações afectas.

Conforme evidenciado na figura que se segue, na qual se encontram assinaladas um total de 23 irregularidades na emissão dos operadores, conclui-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria (sete) e na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador (oito), registando-se três situações de falhas de emissão, entre outras, assinaladas.

FIG. 2 Percentagem das infracções mais significativas num universo de 23 identificadas

Fonte: ERC

Síntese conclusiva

No ano de 2008, foram realizadas acções de fiscalização regulares, tendo por objectivo a verificação do cumprimento das condições de licenciamento e das obrigações legais impostas em matéria de emissão de serviços de programas de cobertura local.

Até ao final de 2008, foram desenvolvidas 54 acções de fiscalização a operadores de rádio, das quais 16 implicaram a deslocação às instalações das rádios.

Das acções de fiscalização realizadas, foram assinaladas 23 irregularidades na emissão dos operadores, concluindo-se que as infracções mais significativas residem no incumprimento dos tempos de programação própria, na inobservância da obrigatoriedade de emissão de três serviços noticiosos direccionados à área geográfica a que se destina a programação do operador e situações de falhas de emissão.



SERVIÇO
DE PROGRAMAS
GENERALISTAS DE
RADIODIFUSÃO:
INFORMAÇÃO
DIÁRIA

VOLUME III

Serviços de Programas Generalistas de Radiodifusão: Informação diária

a) Nota introdutória

O presente capítulo analisa a cobertura noticiosa dos três serviços de programas de radiodifusão – RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial ao nível da diversidade, do pluralismo político, social, cultural e do rigor informativo.

Trata-se da primeira análise da informação diária dos serviços de programas generalistas de radiodifusão. Sublinha-se, por isso, o seu carácter exploratório, que pretende, sobretudo, mapear as principais tendências ao nível das temáticas e actores nos três serviços de programas analisados, bem como proceder a uma caracterização formal dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 e das peças neles emitidas. Os resultados desta análise permitem caracterizar, genericamente, a informação radiofónica difundida em 2008.

b) Aspectos metodológicos da análise de serviços de programas generalistas de radiodifusão

O presente ponto apresenta uma caracterização geral da amostra analisada. O período de análise da amostra situa-se entre Janeiro e Dezembro de 2008. Foram monitorizados 248 noticiários de três serviços de programas de expansão nacional, num total de 1626 notícias assim distribuídas:

- 92 edições dos blocos informativos da Antena 1 com um total de 703 peças.
- 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença com um total de 613 peças.
- 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial com um total de 310 peças.

A técnica utilizada é a análise de conteúdo, concretizada através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS.²

A unidade de análise corresponde à peça noticiosa, definida como o segmento sobre um mesmo assunto, tema ou acontecimento, que decorre normalmente entre duas aparições do locutor. São tomados como referência os fragmentos definidos pela Mediamonitor (Marktest) sob a forma de clips autonomizados, embora se admita um corte distinto das peças sempre que tal se revele útil para uma melhor definição da unidade de análise.

A análise incide sobre o conteúdo manifesto, isto é, o conteúdo efectivamente emitido, o que significa

² Statistical Package for Social Sciences

que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente na peça analisada.

A escolha do objecto de estudo bem como dos blocos informativos a analisar justifica-se com o facto de estes serem os três serviços de programas de expansão nacional e os blocos das 8h00 e das 18h00 aqueles que obtêm maiores audiências, de acordo com os dados da Marktest.

A margem de erro máximo da amostra total utilizada para dados agregados RDP+RC+RR é de 7,8% para um grau de confiança de 95%, pelo que os dados devem ser lidos como representando tendências apuradas para os dias seleccionados na amostra.

c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

1. No plano nacional, tiveram grande relevo nesse período questões relacionadas com a política, nomeadamente, as actividades da assembleia da república, dos partidos políticos e da presidência, e eleições, ordem interna, incluindo acidentes e catástrofes e actividades policiais, casos de justiça e relações laborais, particularmente greves, protestos e manifestações.
2. Entre as várias actividades da presidência da república assumiram-se como polémicas o veto presidencial do estatuto político-administrativo dos Açores, bem como a posição do Presidente em relação à nova lei do divórcio.
3. No plano da política nacional, o tema eleições assumiu relevo, em particular as eleições à liderança do PSD. A polémica do caso Banco Português de Negócios (BPN) solicitando a presença do governador do banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. Também a apresentação de queixa-crime de clientes contra administração do Banco Privado Português (BPP) veio tornar a questão da fraude financeira um tema central, remetendo também para os casos de justiça. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às actividades da assembleia da república, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
4. Ao nível das actividades da administração pública, as actividades de fiscalização da ASAE, nomeadamente, o encerramento do mercado do Bom Sucesso no Porto e de 28 parques infantis, tiveram a cobertura dos serviços de programas analisados. Os processos da ASAE vêm também salientar questões relacionadas com as dificuldades do sistema de justiça em dar resposta aos processos.
5. O modelo de avaliação dos professores veio colocar em confronto a Ministra da Educação e líderes sindicais, particularmente da FENPROF, destacando-se no âmbito da temática das relações laborais. Este tema assumiu vários enfoques, nomeadamente, no âmbito das políticas para a educação. Outro assunto que mereceu contestação cívica foram os encerramentos de unidades de urgência de cuidados de saúde, como o ilustra o caso de Anadia.

6. No plano da justiça, o “caso Joana” voltou a público em virtude da denúncia de Leonor Cipriano, mãe da criança, alegando ter sido torturada por agentes policiais para confessar a morte da filha. O caso de corrupção na PSP que levou à constituição de 23 arguidos mereceu destaque, sendo inclusivamente apresentado como o primeiro que coloca em julgamento inspectores judiciais. Este tema é relacionado com a questão da lei das armas.
7. O julgamento de Mário Machado, líder do movimento de extrema-direita, mereceu também destaque.
8. Outros casos de justiça foram, o “processo do Apito Dourado”, o “caso Esmeralda”, “Casa Pia”, o julgamento no Reino Unido de Vale e Azevedo, a “Operação Chicote” (suspeita de furto e transformação de viaturas para venda no mercado nacional), a “Operação Furacão” (buscas judiciais a quatro grandes instituições bancárias por suspeita de fraude fiscal e branqueamento de capitais), “caso McCann” (a propósito da partilha de informações entre as polícias britânica e portuguesa e da indemnização de um dos suspeitos, Robert Murat) e a sentença do “gangue do multibanco”.
9. Processos de justiça relacionados com a violência nas escolas, envolvendo professores, alunos e encarregados de educação, foram uma polémica que veio colocar em questão também as condições de ensino, focando as crianças em contexto escolar. No âmbito do ensino superior, assumiu destaque o caso do encerramento da Universidade Moderna.
10. As crianças, para além de referidas em contexto escolar, são também focadas no âmbito dos casos de justiça, como o “caso Esmeralda” e o “caso McCann”. No contexto de acidentes, foram apontados outros assuntos relacionados com crianças, como o ataque de um cão de raça considerada perigosa e um atropelamento no Porto.
11. Outras notícias envolvendo questões de violência e segurança mereceram destaque informativo, entre as quais, as referentes a crimes, como assaltos a dependências bancárias em vários pontos do País (incluindo o assalto ao Banco Espírito Santo (BES) em Campolide que envolveu um sequestro), rapto de um lusodescendente na Venezuela, o caso “carjacking em Oeiras”, homem baleado numa esquadra da PSP e os confrontos da Quinta da Fonte em Loures.
12. A par dos crimes e casos de justiça, a temática das actividades policiais veio incidir sobre eventos, como as investigações do desaparecimento da criança Mari Luz, uma explosão numa escola em Idanha-a-Nova, diversas apreensões de substâncias ilícitas, os disparos ocorridos num pavilhão onde discursou o Primeiro-Ministro, a “Operação Estrada Segura” e a “Operação Carnaval”, para além de que alguns deram origem a casos de justiça.
13. No plano da ordem interna, também os acidentes e catástrofes mereceram destaque. Entre estes casos são mencionáveis uma fuga de gás em Évora, trabalhadores portugueses que em Espanha sofreram um acidente de trabalho, os danos de chuvas intensas em vários pontos do País que trazem à discussão a necessidade de apoio governamental, acidente de avião na Venezuela que vitima dois portugueses. Também em contexto internacional, um sismo na China e no Japão, furacão Gustav nos EUA e México, cheias em Moçambique, queda de avião no Quirguistão e na Suíça, naufrágio na Galiza. O tema da segurança aérea assume-se como presente na agenda de assuntos internacionais.
14. No desporto, o futebol foi a modalidade mais presente, nomeadamente, as jornadas do campeonato nacional, a Taça UEFA e o Euro 2008.

15. No plano comunitário, o Tratado de Lisboa foi o assunto mais destacado. A questão da política agrícola comum e a imigração associada ao contexto laboral mereceram também atenção. As eleições legislativas em Espanha, a dissolução do parlamento italiano e as eleições autárquicas em França são temas também referidos no contexto de eleições europeias.

16. No plano internacional, as eleições presidenciais nos EUA constituíram o tema mais referido, seguido das eleições no Zimbabué, Paquistão e Angola. Os conflitos armados são uma temática também destacada, particularmente pela questão da faixa de Gaza, Iraque, Kosovo, incidentes no Tibete relacionados com os Jogos Olímpicos e Ossétia do Sul.

d) Caracterização geral e composição da amostra

O presente ponto apresenta uma caracterização geral da amostra analisada:

FIG. 1 Composição da amostra analisada

Data	Dia da Semana	Mês	N.º de noticiários	N.º de peças noticiosas
05-Jan-08	Sábado	Janeiro	4	22
13-Jan-08	Domingo	Janeiro	4	22
21-Jan-08	Segunda	Janeiro	6	34
29-Jan-08	Terça	Janeiro	6	35
06-Fev-08	Quarta	Fevereiro	6	38
14-Fev-08	Quinta	Fevereiro	6	41
22-Fev-08	Sexta	Fevereiro	6	39
01-Mar-08	Sábado	Março	4	20
09-Mar-08	Domingo	Março	4	23
17-Mar-08	Segunda	Março	6	44
25-Mar-08	Terça	Março	6	44
02-Abr-08	Quarta	Abril	6	48
10-Abr-08	Quinta	Abril	6	39
18-Abr-08	Sexta	Abril	6	38
26-Abr-08	Sábado	Abril	4	24
04-Mai-08	Domingo	Mai	4	21
12-Mai-08	Segunda	Mai	6	44
20-Mai-08	Terça	Mai	6	45
28-Mai-08	Quarta	Mai	6	35
05-Jun-08	Quinta	Junho	6	43
13-Jun-08	Sexta	Junho	6	27
21-Jun-08	Sábado	Junho	4	23
29-Jun-08	Domingo	Junho	4	19
07-Jul-08	Segunda	Julho	6	39
15-Jul-08	Terça	Julho	6	38
23-Jul-08	Quarta	Julho	6	44
31-Jul-08	Quinta	Julho	6	45
08-Ago-08	Sexta	Agosto	6	32
16-Ago-08	Sábado	Agosto	4	20
24-Ago-08	Domingo	Agosto	4	18
01-Set-08	Segunda	Setembro	6	35
09-Set-08	Terça	Setembro	6	54
17-Set-08	Quarta	Setembro	6	44
25-Set-08	Quinta	Setembro	6	39
03-Out-08	Sexta	Outubro	6	59
11-Out-08	Sábado	Outubro	4	23
19-Out-08	Domingo	Outubro	4	23
27-Out-08	Segunda	Outubro	6	45
04-Nov-08	Terça	Novembro	6	40
12-Nov-08	Quarta	Novembro	6	50
20-Nov-08	Quinta	Novembro	6	41
28-Nov-08	Sexta	Novembro	6	39
06-Dez-08	Sábado	Dezembro	4	19
14-Dez-08	Domingo	Dezembro	4	23
22-Dez-08	Segunda	Dezembro	6	49
30-Dez-08	Terça	Dezembro	6	39
TOTAIS	46 dias	12 meses	248 noticiários	N = 1626

Nota: A diferença de seis para quatro blocos noticiosos ao sábado e domingo deve-se ao facto da Rádio Comercial não emitir blocos noticiosos ao fim-de-semana. Para cada operador foram analisados dois blocos diários: o das 8h00 e o das 18h00.

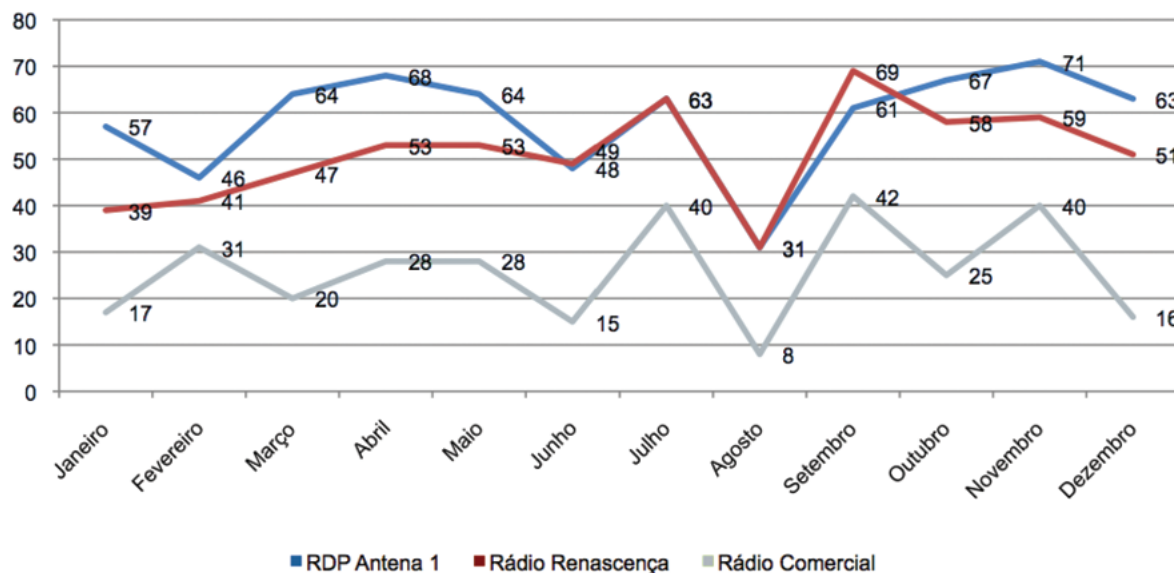
O período de análise da amostra de serviços de programas generalistas de radiodifusão vai de Janeiro a Dezembro de 2008. Foram monitorizados **248 blocos informativos** de três operadores, incluindo um de serviço público, num total de **1626 peças distribuídas** da seguinte forma:

- 92 emissões da RDP Antena 1 com um total de 703 peças.
- 92 emissões da Rádio Renascença com um total de 613 peças.
- 64 emissões da Rádio Comercial com um total de 310 peças.

Em cada dia seleccionado foram analisados dois blocos informativos distintos, o das 8h00 e o das 18h00.

- Deve notar-se que a emissão dos blocos informativos considerados na análise não é constante, isto é, em determinados dias, não existiram edições das 8h00 e das 18h00. Quando isso se verificou, o critério seguido foi tomar como referência o bloco imediatamente posterior e, na ausência de qualquer bloco posterior, o imediatamente anterior. A utilização desse critério foi criada de modo a equilibrar a amostra analisada.
- Em anexo, é apresentada uma tabela onde aparece a lista de dias da amostra e os blocos informativos das 8h00 e das 18h00, sendo assinalados todos os que não existiram e referidos aqueles que foram analisados em seu lugar. De acordo com os dados apresentados, é possível verificar que as ausências dos blocos informativos analisados variam de acordo com o operador. No caso da RDP Antena 1, as ausências dos blocos informativos acontecem sobretudo na emissão das 18h00. No período em análise, apenas houve um dia em que este operador não emitiu o bloco informativo das 8h00.
- No caso da Rádio Renascença, também o bloco das 18h00 é igualmente aquele em que se verificam mais ausências. Nesses casos, a opção foi, na maioria dos casos, analisar o bloco das 19h00, ou seja, o imediatamente posterior, conforme estabelecido no critério definido. Apenas em quatro casos não foi possível seguir esse critério, tendo sido analisados os blocos informativos das 17h00 e das 13h00, ou seja, os imediatamente anteriores.
- A variação do número de emissões registado na Rádio Comercial, ao contrário dos outros dois operadores, é constante e deve-se ao facto de serem inexistentes blocos informativos das 8h00 e das 18h00 aos sábados e domingos, ou seja, durante os fins-de-semana. Nestes dias, também não foi possível analisar blocos informativos em alternativa, pois ao fim-de-semana este operador não apresenta qualquer bloco informativo na sua grelha de emissão. Como será explicado adiante, isso pode ser um factor explicativo do menor número de peças analisado em relação à RDP Antena 1 e à Rádio Renascença, que não apresentaram nenhum dia na sua grelha, no período em amostra, sem emissão de blocos informativos.

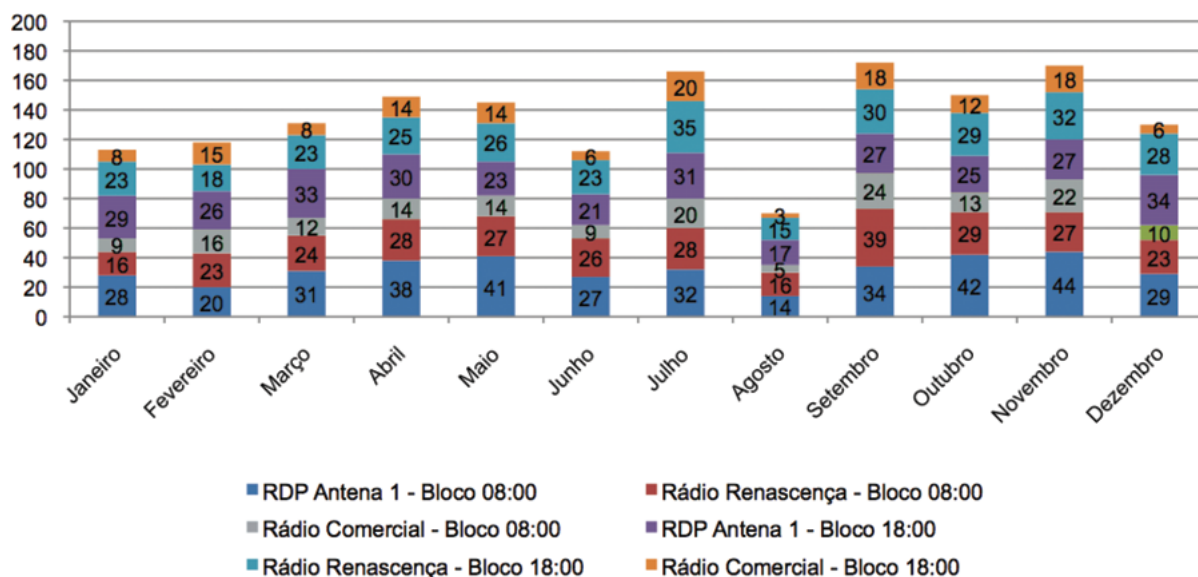
FIG. 2 Número de peças emitidas e analisadas, por mês e por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em números absolutos.

- De acordo com a **distribuição dos conteúdos analisados por meses do ano** representada na figura 2, verifica-se que tendencialmente a RDP Antena 1 é o operador que por mês regista maior número de peças e a Rádio Comercial a que se caracteriza por blocos com menor número de peças.
- Contam-se como meses em que a Rádio Renascença se aproxima dos totais da RDP Antena 1, Junho, Julho, Agosto e Setembro. Nos últimos três meses do ano, esse operador chega mesmo a superar o número de peças do serviço de programas público. Por sua vez, a Rádio Comercial não chega a atingir o número de peças dos restantes operadores em nenhum dos meses de 2008, verificando-se os valores mais elevados em Julho, Setembro e Novembro, meses em que a Rádio Renascença e a RDP Antena 1 também apresentam as suas maiores subidas relativamente ao mês imediatamente anterior. Outra característica comum aos serviços de programas é que os três apresentam o menor número de conteúdos em Agosto.
- Setembro foi o **mês com maior número de peças** analisadas (172) e Agosto o mês com menor número de peças (70).
- A RDP Antena 1 emitiu mais peças em Novembro (71), a Rádio Renascença em Setembro (69) e a Rádio Comercial também em Setembro (42). O facto de a Rádio Comercial ter emitido mais peças nesse mês, mas também em Julho e Novembro, justifica-se pela ausência de dias da amostra que coincidam com o fim-de-semana. Isso significa que este operador nesses meses apresenta todos os blocos informativos na sua grelha de emissão.

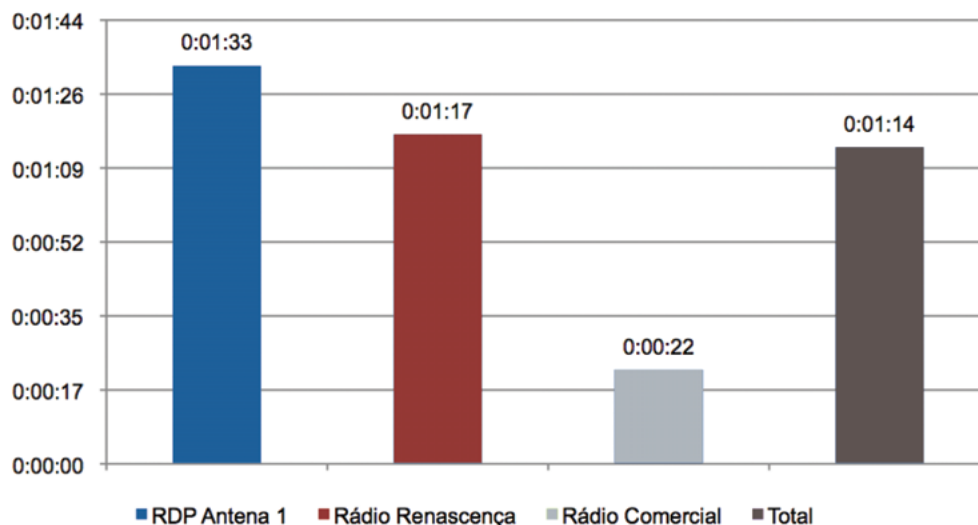
FIG. 3 Número de peças emitidas e analisadas, por mês, operador e bloco



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em números absolutos.

- O **dia da amostra** em que foi emitido e analisado o maior número de peças (59) corresponde a uma sexta-feira, 3 de Outubro, o dia com menor número de peças (18) um domingo, 24 de Agosto. A RDP Antena 1 é o operador responsável pelo maior número de peças existentes no dia 3 de Outubro, uma vez que nesse dia emitiu 30 peças nos seus dois blocos informativos, quando a sua média diária são cerca de 15 peças. Nesse dia, os blocos informativos das 8h00 e 18h00 da RDP Antena 1 apresentam uma duração superior a 15 minutos e dedicam maior número de peças ao subtema crise financeira.
- O menor número de peças no dia 24 de Agosto justifica-se sobretudo pelo facto da RDP Antena 1 apresentar apenas oito peças e a Rádio Comercial, dado ser fim-de-semana, não apresentar blocos informativos.
- Como referido anteriormente, a RDP Antena 1 apresenta uma média diária de 15 peças no conjunto dos blocos informativos analisados, sendo que no total da amostra emitiu maior número de peças no bloco das 8h00 (380) do que no das 18h00 (323). A Rádio Renascença emitiu uma média diária de 13 peças nos mesmos períodos horários, com um número de conteúdos quase idêntico na emissão das 8h00 (306) e das 18h00 (307). No que diz respeito à Rádio Comercial, considerando apenas os dias da amostra em que este operador teve blocos informativos (todos, excepto os fins-de-semana), verifica-se que os blocos informativos das 8h00 e das 18h00 tiveram uma média diária de nove conteúdos, sendo que a maioria foi emitida no bloco da manhã, com 168 peças em relação às 142 peças emitidas no bloco da tarde.

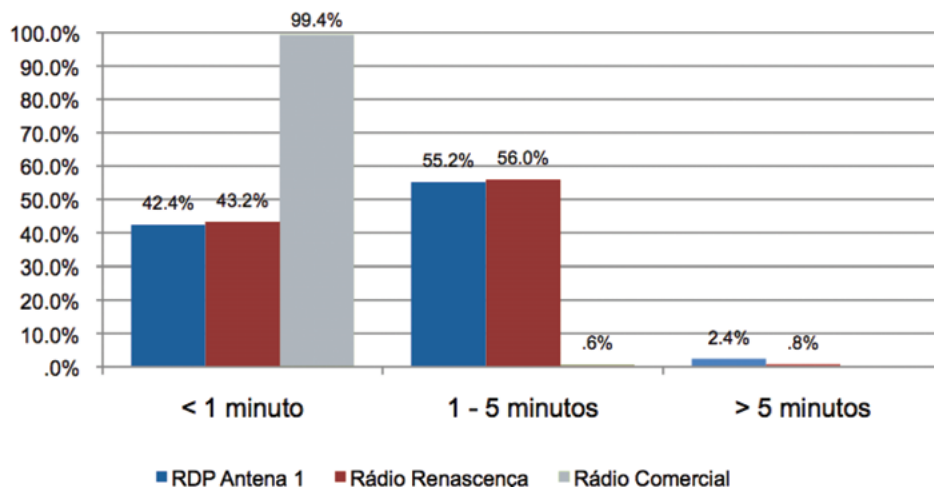
FIG. 4 Duração média das peças, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em horas: minutos: segundos .

- Como é possível observar na figura 4, a **duração média das peças** no total dos três serviços de programas é de 1 minuto e 14 segundos. Relativamente a esse total, verifica-se que apenas o operador de serviço público e a Rádio Renascença apresentam peças com duração média superior. A RDP Antena 1 regista uma duração média superior em 19 segundos e a Rádio Renascença em 3 segundos. No que diz respeito à Rádio Comercial, verifica-se que a duração média dos conteúdos desse operador se afasta da duração média de 1 minuto e 14 segundos. Na Rádio Comercial, as peças emitidas têm em média uma duração de 22 segundos.
- Em termos gerais, a duração média das peças é semelhante no bloco das 8h00 e no bloco das 18h00, ou seja, as peças transmitidas no período da manhã têm uma duração semelhante àquelas que são emitidas no bloco da tarde. Note-se, no entanto, que, na RDP Antena 1, as peças dos blocos informativos das 18h00 têm uma duração média superior (1 minuto e 42 segundos) em relação aos blocos emitidos no horário das 8h00 (1 minuto e 26 segundos).

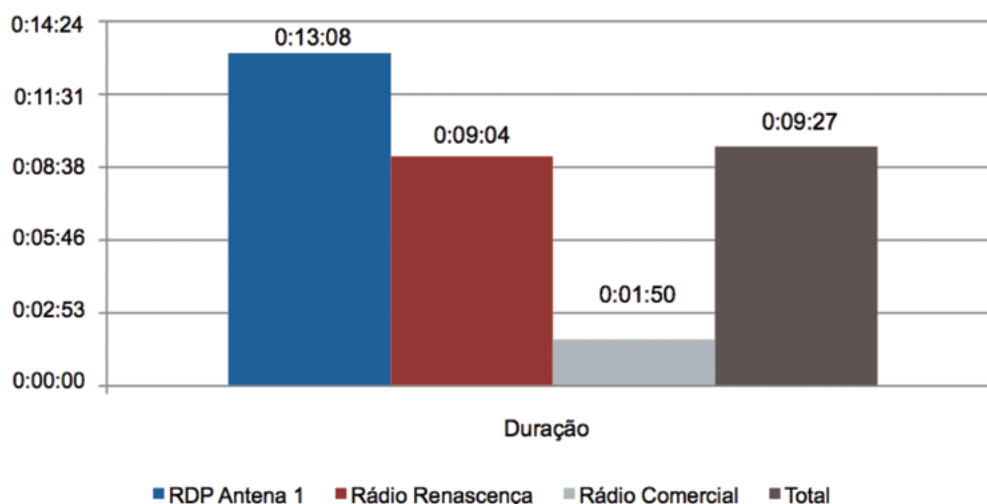
FIG. 5 Duração das peças, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- Sintetizando a caracterização das peças dos serviços de programas generalistas de radio-difusão analisados, verifica-se que a maioria das peças do operador público e da Rádio Renascença apresenta uma duração de 1 a 5 minutos. No entanto, na RDP Antena 1, a maioria das peças dos blocos informativos das 8h00 tem duração inferior a 1 minuto.
- No que diz respeito aos conteúdos da Rádio Comercial, 99,4% tem duração inferior a 1 minuto, ou seja, são peças de curta duração. Esta é o único operador que, no período da amostra, não apresentou peças de longa duração (superiores a 5 minutos). A RDP Antena 1 é o operador que apresenta maior número de conteúdos com essa duração, o que pode estar directamente relacionado com o tempo médio de emissão dos blocos informativos em que essas peças são emitidas. As peças com duração superior a 5 minutos são as menos frequentes nos serviços de programas analisados, sendo que, como referido anteriormente, na Rádio Comercial são inexistentes.
- No operador público, as 17 peças com mais de 5 minutos são sobretudo sobre os temas política nacional, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios. Nas peças de longa duração sobre política nacional encontram-se assuntos como a revisão do estatuto político-administrativo dos Açores em duas peças, uma emitida no momento em que foi vetado e outra quando foi promulgado. Nas restantes peças de longa duração da RDP Antena 1, apenas mais duas têm um assunto comum entre si, duas peças sobre a campanha para a presidência dos EUA.
- Na Rádio Renascença, as cinco peças emitidas com mais de 5 minutos são sobre os temas política nacional, ordem interna e assuntos internacionais, sendo que entre elas não há nenhum assunto em comum.
- Apenas uma peça de longa duração da RDP Antena 1 e uma peça de longa duração da Rádio Renascença têm um assunto em comum nos dias da amostra. Trata-se de duas peças que referem um incêndio que destruiu um prédio na avenida da Liberdade, em Lisboa, em Julho de 2008.
- Como anteriormente referido, a Rádio Comercial não emitiu nenhuma peça com duração superior a 5 minutos no período da amostra, sendo que os conteúdos mais longos emitidos foram apenas dois em 310 e tiveram uma duração de cerca de 1 minuto cada. Essas peças são sobre o momento em que Luís Filipe Menezes deixa a liderança do PSD e sobre o aumento dos preços do petróleo.

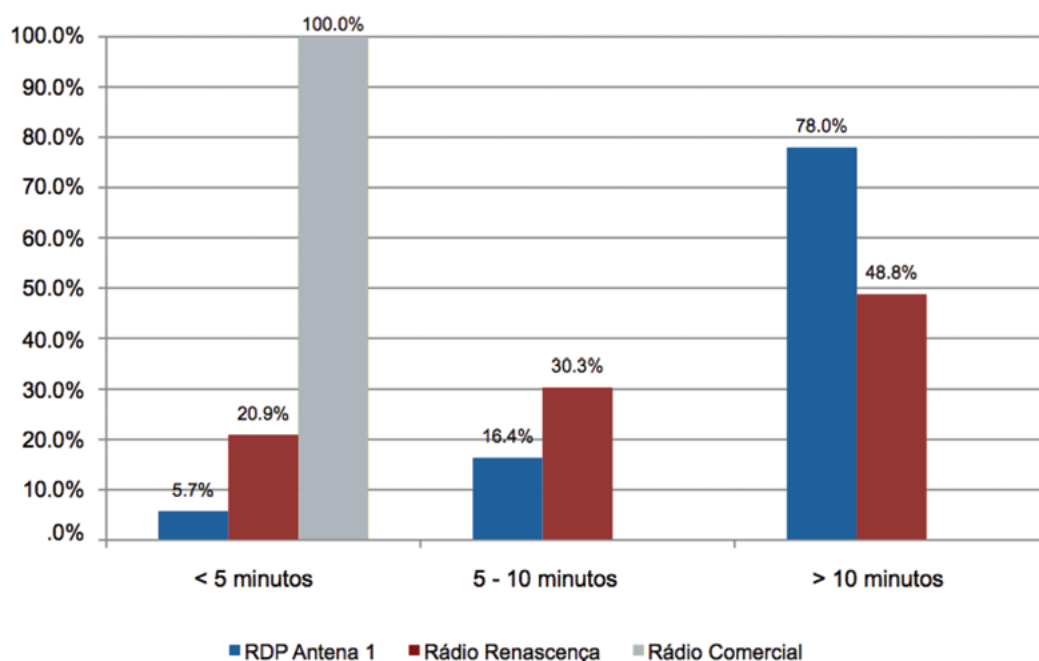
FIG. 6 Duração média dos blocos informativos analisados, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em horas:minutos:segundos.

- No que diz respeito à **duração média** dos blocos informativos analisados, verifica-se que apenas os blocos da RDP Antena 1 têm uma duração superior à duração média dos blocos dos três serviços de programas analisadas (9 minutos e 27 segundos), sendo que os da Rádio Renascença se aproximam dessa duração média, com 9 minutos e 4 segundos.
- A Rádio Comercial, em termos de duração média do bloco informativo, afasta-se dos restantes operadores, com 1 minuto e 50 segundos.
- Em termos de blocos informativos isoladamente, verifica-se que, na RDP Antena 1, em média, os das 8h00 (13 minutos e 39 segundos) são mais longos que os das 18h00 (12 minutos e 31 segundos). Nos serviços de programas privados, a diferença de duração média dos dois períodos horários é inferior, sendo que, na Rádio Renascença, os blocos informativos das 8h00 duram em média 8 minutos e 53 segundos e os das 18h00 duram 9 minutos e 14 segundos. Na Rádio Comercial, os blocos da manhã têm uma duração média de 1 minuto e 56 segundos e os da tarde de 1 minuto e 41 segundos.

FIG. 7 Duração do bloco informativo, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- Em termos gerais, analisando a **duração dos blocos informativos** por serviço de programas, verifica-se que 78% dos blocos informativos da RDP Antena 1 têm uma duração superior a 10 minutos e apenas 5,7% duram menos de 5 minutos, sendo que essa duração mais curta é mais comum nos blocos das 8h00.
- Os blocos do operador público que duram menos de 5 minutos têm como temas mais frequentes desporto (futebol e outras modalidades desportivas) e política nacional.
- Em relação à Rádio Renascença, verifica-se que também nesse operador a maioria dos blocos informativos (48,8%) tem duração superior a 10 minutos, embora essa característica não seja claramente dominante como acontece no operador público. Na Rádio Renascença, 30,3% dos blocos informativos têm duração entre 5 e 10 minutos e 20,9% duram menos de 5 minutos. Nos blocos informativos do operador com duração superior a 10 minutos, destacam-se, sobretudo, as peças sobre o tema política nacional, mas também as peças sobre economia, finanças e negócios, assuntos internacionais e ordem interna. Esses são também os temas mais frequentes nas peças dos blocos informativos com duração de 1 a 5 minutos e com menos de 5 minutos, embora nestes também as peças sobre desporto se destaquem.
- Deve notar-se que é nos blocos informativos do operador com duração superior a 10 minutos que se encontram a maior parte das peças da amostra sobre crença e religião, tema que, como se verá adiante, se encontra entre os conteúdos menos frequentes no operador.
- Em relação à Rádio Comercial, e de acordo com o que havia sido referido anteriormente, a totalidade dos blocos informativos analisados têm duração inferior a 5 minutos, sendo que o mais longo foi emitido no bloco das 8h00, no dia 9 de Setembro, e teve uma duração de 2 minutos e 13 segundos. O mais curto foi transmitido no bloco das 18h00, no dia 13 de Junho, e teve a duração de 18 segundos, sendo constituído por uma única peça sobre a possibilidade de o Futebol Clube do Porto poder ir à Taça UEFA.

e) Temas principais

FIG. 8 Temas principais, por operador

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Política Nacional	26,9%	29,9%	20,6%	26,8%
Assuntos Internacionais	14,4%	11,3%	11,3%	12,6%
Economia, Finanças e Negócios	10,0%	11,3%	11,9%	10,8%
Ordem Interna	9,8%	12,2%	10,3%	10,8%
Desporto	11,2%	7,0%	16,8%	10,7%
Sistema Judicial	3,6%	4,2%	9,4%	4,9%
Relações Laborais	4,4%	3,6%	5,8%	4,4%
Assuntos Comunitários	3,7%	3,3%	2,6%	3,3%
Ambiente	5,3%	2,4%	0,3%	3,3%
Cultura	2,6%	1,1%	1,6%	1,8%
Cerimónias e Celebrações	1,7%	2,0%	1,6%	1,8%
Crença e Religião	0,1%	4,2%	-	1,7%
Sociedade	1,1%	2,3%	1,3%	1,6%
Educação	1,3%	1,8%	1,9%	1,6%
Ciência e Tecnologia	1,7%	1,1%	1,3%	1,4%
Saúde e Ação Social	1,7%	0,8%	1,3%	1,3%
Urbanismo	0,4%	0,7%	1,0%	0,6%
Grupos Minoritários	-	0,3%	0,6%	0,2%
Comunicação	0,1%	0,3%	-	0,2%
População	-	0,2%	0,3%	0,1%
Total	100% (703)	100% (613)	100% (310)	100% (1626)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem.

- A temática mais frequente e comum às peças dos três operadores é a política nacional. A presença dominante do tema política nacional nas peças dos três serviços de programas acontece tanto nos conteúdos emitidos nos blocos das 8h00, como nos blocos das 18h00. No entanto, deve referir-se que, no bloco da tarde, o número de peças sobre este tema é superior quer no operador público, quer nos privados.
- No conjunto dos três serviços de programas analisados, as restantes peças referem sobretudo os temas assuntos internacionais, economia, finanças e negócios, desporto e ordem interna. Tomando em consideração a sua prioridade por serviço de programa:

- RDP Antena 1: política nacional, assuntos internacionais, desporto e economia, finanças e negócios;
- Rádio Renascença: política nacional, ordem interna, economia, finanças e negócios e assuntos internacionais;
- Rádio Comercial: política nacional, desporto, economia, finanças e negócios e assuntos internacionais.
- Em relação aos temas menos frequentes, verifica-se que alguns também são comuns aos três serviços de programas. As peças sobre urbanismo, grupos minoritários, comunicação e população não representam sequer 1% dos conteúdos da RDP Antena 1 e dos operadores privados. No operador público, também representam menos de 1% as peças sobre crença e religião, tema que na Rádio Renascença aparece em 4,2% dos conteúdos e que na Rádio Comercial não aparece como tema dominante em nenhum conteúdo.
- Na Rádio Comercial, também as peças sobre o tema ambiente representam menos de 1%, sendo que na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença esse tema é dominante em 5,3% e 2,4% dos conteúdos.
- Em termos gerais, também as peças com os temas cultura, cerimónias e celebrações, sociedade, educação, ciência e tecnologia e saúde e acção social têm uma representação residual nos três serviços de programas.
- As figuras seguintes passam a detalhar os vários subtemas dos grupos temáticos enunciados, tomando-se como limite mínimo os casos com frequências acima dos 10%, ou seja, com um mínimo de aproximadamente 165 peças.
- No contexto de uma análise longitudinal de outros meios de comunicação social, e fazendo o cumprimento do pluralismo cultural e religioso parte das obrigações do regulador, considerou-se relevante detalhar os subtemas das peças sobre cultura e religião. Por outro lado, dada a vulnerabilidade social dos grupos visados nas peças ligadas ao tema grupos minoritários, tomou-se também em particular a análise destes temas.
- O tema política nacional, o mais representativo nas peças dos três serviços de programas, será aprofundado adiante. Nesse ponto, será feita uma análise mais detalhada não só dos subtemas das peças de política nacional, mas também serão referidos os actores políticos nacionais que protagonizam os conteúdos dos operadores analisados.

FIG. 9 Subtemas no domínio dos assuntos internacionais, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Eleições Políticas Internacionais	3,7%	1,5%	2,9%	2,7%
Conflitos Armados	2,7%	1,8%	1,6%	2,2%
Atentados e Terrorismo	1,4%	2,1%	2,3%	1,8%
Relações Diplomáticas	0,7%	2,3%	1,0%	1,4%
Crise Internacional	1,6%	1,1%	0,3%	1,2%
Ações Governativas/Estado	1,4%	0,7%	1,3%	1,1%
Actividades de Organizações Internacionais	1,1%	1,0%	0,3%	0,9%
Segurança e Espionagem	0,9%	0,2%	0,3%	0,5%
Cooperação e Ajuda Diplomática	0,6%	0,3%	-	0,4%
Outros Assuntos Internacionais	0,3%	0,3%	1,3%	0,5%
Total	14,4% (101)	11,3% (69)	11,3% (35)	12,6% (205)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Assuntos Internacionais nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 205. Valores em percentagem.

- As peças sobre o tema assuntos internacionais são as segundas mais frequentes no total da amostra dos três serviços de programas, sendo que são mais representativas na RDP Antena 1 (14,4%) do que nos privados (nas quais representam 11,3% do total das peças com esse tema).
- A figura acima representada permite verificar mais pormenorizadamente os subtemas referidos nas 205 peças da amostra que têm o tema dominante assuntos internacionais. Na RDP Antena 1 e na Rádio Comercial a maior parte dessas peças refere assuntos ligados a eleições políticas internacionais, sobretudo as eleições para a presidência dos EUA, mas também, embora em menos peças, os actos eleitorais no Zimbabué, no Paquistão e em Angola.
- Os conflitos armados são um subtema também destacado, particularmente no operador público, em peças sobre a questão da faixa de Gaza, o Iraque, o Kosovo, os incidentes no Tibete no período dos Jogos Olímpicos e a Ossétia do Sul.
- Nos operadores privados, também é tema frequente nas peças de assuntos internacionais o subtema atentados e terrorismo e, na Rádio Renascença, o subtema relações diplomáticas.
- Em termos de blocos informativos, verifica-se que a representatividade das peças sobre assuntos internacionais não é igual nos blocos das 8h00 e das 18h00. No caso da RDP Antena 1, a maior parte das peças sobre assuntos internacionais do operador são emitidas no bloco das 8h00 (62,4%) e 37,6% no bloco das 18h00. Também nos serviços de programas privados, os conteúdos sobre esse tema aparecem mais vezes no bloco das 8h00, mas a diferença entre a presença de peças sobre assuntos internacionais não é tão acentuada como no operador público.
- Na Rádio Renascença, 53,6% das peças aparecem no bloco das 8h00 e 46,4% são emitidas no bloco da tarde. No caso da Rádio Comercial, 42,9% dos conteúdos sobre assuntos internacionais são emitidos no bloco das 18h00 e 57,1% no bloco da manhã.

FIG. 10 Subtemas no domínio da economia, finanças e negócios, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Indicadores Económicos	3,0%	3,6%	6,8%	3,9%
Crise Financeira	4,1%	1,6%	1,6%	2,7%
Empresas e Negócios	1,1%	1,8%	1,0%	1,4%
Actividades de Organizações Económicas	0,9%	1,1%	1,0%	1,0%
Mercado Bolsista	0,6%	1,5%	0,6%	0,9%
Consumo/Consumidores	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Turismo	-	0,7%	-	0,2%
Indústria	-	0,2%	-	0,1%
Outros Economia, Finanças e Negócios	-	0,5%	0,6%	0,3%
Total	10% (70)	11,3% (69)	11,9% (37)	10,8% (176)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Economia, Finanças e Negócios nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 176. Valores em percentagem.

- O terceiro tema mais frequente nas peças da amostra, a par de ordem interna, é economia finanças e negócios. No total da amostra, representa 10,8% dos temas presentes nas peças, sendo que, embora ligeiramente, é mais frequente nos serviços de programas privados. Na Rádio Comercial, as peças sobre esse tema referem sobretudo assuntos ligados a indicadores económicos. São conteúdos sobre a oscilação nos preços dos combustíveis, mas também sobre as alterações nas taxas de juro, os quais também aparecem nos blocos informativos da Rádio Renascença e do operador público.
- Na RDP Antena 1, também são frequentes as peças sobre economia que abordam assuntos relacionados com a crise financeira, nomeadamente, as que referem a intervenção de bancos internacionais e as reuniões de países da União Europeia na tentativa de a resolver.
- Deve referir-se que as peças que têm como subtemas indicadores económicos, mercado bolsista e crise financeira muitas vezes, embora coloquem o enfoque num deles, referem os restantes, uma vez que estão interligados. Embora sem se afastar da distribuição que o tema segue nos restantes serviços de programas, verifica-se que a Rádio Renascença é a que diversifica mais o enfoque dominante nas peças sobre economia, finanças e negócios. O tema da economia, finanças e negócios foi marcado pela apresentação de indicadores económicos, seguido pela temática da crise financeira.

FIG. 11 Subtemas no domínio da ordem interna, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Acidentes e Catástrofes	3,6%	3,8%	3,9%	3,7%
Actividades Policiais	1,8%	2,6%	3,2%	2,4%
Crimes	1,4%	2,4%	1,0%	1,7%
Manifestações/Reivindicações	1,6%	1,5%	0,3%	1,3%
Incêndios	0,6%	1,3%	1,0%	0,9%
Actividades Bombeiros e Protecção Civil	-	0,3%	1,0%	0,3%
Prevenção	0,6%	-	-	0,2%
Outros Ordem Interna	0,3%	0,2%	-	0,2%
Total	9,8% (69)	12,2% (75)	10,3% (32)	10,8% (176)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Ordem Interna nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 176. Valores em percentagem.

- As peças sobre ordem interna são, a par das peças sobre economia, finanças e negócios, as terceiras mais presentes nas 1626 peças analisadas. Em termos isolados, esse tema é mais frequente nos conteúdos da Rádio Renascença, sendo que no operador público e na Rádio Comercial apresenta representatividade semelhante.
- No plano da ordem interna, os acidentes e catástrofes mereceram destaque semelhante nas peças dos três serviços de programas. Entre estes casos, são comuns aos três operadores os acontecimentos que referem trabalhadores portugueses que em Espanha sofreram um acidente de trabalho, os danos de chuvas intensas em vários pontos do País que trazem à discussão a necessidade de apoio governamental, o acidente de avião na Venezuela que vitima dois portugueses. O tema da segurança dos transportes aéreos assume-se também como relevante na agenda dos três programas generalistas de radiodifusão analisados.
- No contexto peças sobre acidentes, outros assuntos relacionados com crianças foram apontados, como um ataque de um cão de raça considerada perigosa e um atropelamento no Porto.
- Assiste-se assim à selecção de eventos em que o critério de proximidade, por envolver indivíduos de nacionalidade portuguesa, se assume como valor notícia.
- No entanto, em termos de número de peças, verifica-se que os conteúdos dos operadores sobre acidentes e catástrofes são maioritariamente sobre acontecimentos relativos a outros países. Nessas peças são referidos: um sismo na China e no Japão, furacão Gustav nos EUA e México, cheias em Moçambique, queda de avião no Quirguistão e na Suíça, naufrágio na Galiza. Alguns destes acontecimentos são referidos em mais do que uma peça de um mesmo operador, como é o caso dos sismos nos países asiáticos e os furacões nos EUA.
- As actividades policiais, segundo subtema mais frequente nas peças sobre ordem interna, são referidas sobretudo em conteúdos sobre acontecimentos no País, apesar de algumas remeterem para as actividades de forças de segurança de outros países. Como exemplo podem referir-se peças sobre as investigações do desaparecimento da criança Mari Luz, a actuação da polícia indiana perante atentados em Bombaim e uma operação da polícia australiana no combate a uma rede de pedofilia.
- A prevalência de peças sobre as actividades de forças de segurança nacionais (GNR, PJ, PSP)

em relação às peças sobre actividades de polícias estrangeiras é comum na RDP Antena 1 e nos operadores privados. Outro ponto comum aos três serviços de programas em relação a esse subtema é o facto de os três apresentarem nos seus alinhamentos peças sobre as mesmas actividades policiais, nomeadamente, diversas apreensões de substâncias ilícitas, a “Operação Estrada Segura” e a “Operação Carnaval”.

- Outros acontecimentos envolvendo questões de violência e segurança mereceram destaque informativo, entre as quais, as referentes a crimes, como assaltos a dependências bancárias em vários pontos do País (incluindo o assalto ao BES em Campolide que envolveu um sequestro), rapto de um lusodescendente na Venezuela, o caso “carjacking em Oeiras”, homem baleado numa esquadra da PSP e os confrontos da Quinta da Fonte em Loures.
- Um assunto com particular contestação cívica que mereceu cobertura foi os encerramentos de unidades de urgência de cuidados de saúde, como o ilustra o caso de Anadia. Como se verá no ponto sobre política nacional, este é um assunto que também aparece a propósito das políticas para a saúde.
- No que diz respeito aos blocos informativos, verifica-se que no operador público as peças sobre o tema ordem interna são mais frequentes na edição das 18h00 (63,8%) do que no período das 8h00 (36,2%). Nos serviços de programas generalistas de radiodifusão privados, isso também acontece na Rádio Renascença, sem que a diferença entre os blocos informativos do operador seja tão acentuada como na RDP Antena 1. Neste operador, 54,7% dos conteúdos de ordem interna estão presentes no bloco da tarde e os restantes 45,3% aparecem na edição da manhã.
- A Rádio Comercial é a única que emite mais peças sobre o tema ordem interna no bloco das 8h00 (53,1%), embora 46,9% dos seus conteúdos sobre a temática estejam incluídos no período da tarde.

FIG. 12 Subtemas no domínio desporto, por operador

	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Futebol	7,3%	4,2%	13,2%	7,3%
Outras Modalidades	2,4%	2,0%	0,6%	1,9%
Irregularidades	1,6%	0,8%	2,3%	1,4%
Actividades de Organizações e Federações Desportivas	-	-	0,3%	0,1%
Outros Desporto	-	-	0,3%	0,1%
Total	11,2% (79)	6,7% (43)	16,8% (52)	10,7% (174)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Desporto nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 174. Valores em percentagem.

- As peças sobre desporto foram, como anteriormente referido, as quartas mais frequentes na amostra dos três serviços de programas em 2008. No entanto, recorde-se, esse tema está presente sobretudo nos conteúdos da Rádio Comercial, onde aparece como segundo tema mais frequente. Nos conteúdos sobre desporto, o futebol foi a modalidade mais presente, nomeadamente, as jornadas do campeonato nacional, a Taça UEFA e o Euro 2008.
- Em relação às peças dos serviços de programas sobre as restantes modalidades desportivas, pode verificar-se que os conteúdos sobre a participação dos atletas portugueses nos Jogos Olímpicos de Pequim e sobre as etapas da Volta a Portugal em Bicicleta foram os mais frequentes na amostra, sobretudo nos serviços da RDP Antena 1 e da Rádio Renascença. Nos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 deste operador, também foram difundidas peças sobre os jogos para-olímpicos.

- Na Rádio Comercial, os conteúdos sobre desporto aparecem sobretudo no bloco das 8h00 (75%). Já no operador público, o segundo onde o tema é mais frequente, 60,8% peças de desporto aparecem no bloco da manhã e 39,2% no bloco das 18h00. Essa tendência é seguida pela Rádio Renascença, que emite 67,4% dos seus conteúdos desportivos no bloco das 8h00 e os restantes 32,6% na edição da tarde.
- Entre as restantes categorias temáticas, o plano do sistema judicial não assumiu uma relevância particular, embora seja o tema mais referido seguidamente ao desporto, e que se considera pertinente uma leitura geral, dados os dispostos legais que atentam especialmente sobre a cobertura deste tipo de acontecimentos, nomeadamente, o segredo de justiça e protecção da identidade dos envolvidos.
- No plano da justiça, o “caso Joana” voltou a público em virtude da denúncia de Leonor Cipriano, mãe da criança, alegando ter sido torturada por agentes policiais para confessar a morte da filha. O caso de corrupção na PSP que levou à constituição de 23 arguidos mereceu destaque, sendo inclusivamente apresentado como o primeiro que coloca em julgamento inspectores judiciais. Este tema é relacionado com a questão da lei das armas.
- O julgamento de Mário Machado, líder do movimento de extrema-direita, mereceu também destaque. Outros casos de justiça foram, o “processo do Apito Dourado”, o “caso Esmeralda”, “Casa Pia”, o julgamento no Reino Unido de Vale e Azevedo, a “Operação Chicote” (suspeita de furto e transformação de viaturas para venda no mercado nacional), a “Operação Furacão” (buscas judiciais a quatro grande instituições bancárias por suspeita de fraude fiscal e branqueamento de capitais), “caso McCann” (a propósito da partilha de informações entre as polícias britânica e portuguesa e da indemnização de um dos suspeitos, Robert Murat), e a sentença do “gangue do multibanco”.
- As crianças para além de referidas em contexto escolar, são também focadas no âmbito dos casos de justiça referidos, como o “caso Esmeralda” e “caso McCann”.
- Processos de justiça relacionados com a violência nas escolas, envolvendo professores, alunos e encarregados de educação, foram uma polémica que veio colocar em questão também as condições de ensino, focando as crianças em contexto escolar. No contexto do ensino superior, assumiu destaque o caso do encerramento da Universidade Moderna.

FIG. 13 Subtemas no domínio cultura, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Artes e Eventos Culturais	2,6%	1,0%	1,3%	1,7%
Outros Cultura	-	0,2%	0,3%	0,1%
Total	2,6% (18)	1,1% (7)	1,6% (5)	1,8% (30)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Cultura nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 30. Valores em percentagem.

- As peças sobre o tema cultura representam apenas 1,8% da amostra, sendo exactamente em mesmo número que as peças sobre o tema cerimónias e celebrações. Essa presença residual dos assuntos de cultura, enquanto tema dominante, é uma característica comum aos três serviços de programas analisados. Ainda que a RDP Antena 1 tenha este tema mais representado nos conteúdos emitidos, deve referir-se que a presença dessa temática continua a ser diminuta.
- No operador de serviço público, a maior parte das peças sobre cultura são sobre estreias de filmes, festivais de música, cinema e teatro. Neste operador, também foram difundidas peças sobre o festival de chocolate de Óbidos e sobre as marchas de Lisboa, assuntos comuns às peças de cultura

dos serviços de programas privados. Na Rádio Renascença e na Rádio Comercial, são emitidas ainda peças sobre a feira do Livro de Lisboa e sobre eventos musicais.

- Em termos de blocos informativos, dado o número residual de peças sobre o tema na amostra dos três serviços de programas, apenas é possível referir, em termos absolutos, que na RDP Antena 1, 14 das 18 peças sobre cultura são emitidos no bloco das 8h00 e as restantes quatro no bloco das 18h00. Na Rádio Renascença seis peças são emitidas na edição da tarde e apenas uma nas edições da manhã. A Rádio Comercial, onde apareceram cinco peças que têm como tema dominante cultura, emite duas dessas peças no bloco das 8h00 e três no da tarde.

FIG. 14 Subtemas no domínio crença e religião, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Cristianismo Católico	0,1%	4,2%	-	1,7%
Total	0,1% (1)	4,2% (26)	-	1,7% (27)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Crença e Religião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 27. Valores em percentagem.

- Tal como o tema anteriormente referido, também crença e religião aparece num número diminuto de peças da amostra. Em 1626 conteúdos, apenas 27 remetem para assuntos predominantemente relacionados com crença e religião. Além disso, essas peças são pouco diversificadas em termos de subtemas, referindo-se exclusivamente ao cristianismo católico (1 na RDP Antena 1 e 26 na Rádio Renascença).
- No período da amostra, a maior parte das peças da Rádio Renascença sobre crença e religião têm como assunto dominante a agenda do Papa. Neste operador, são emitidas peças sobre um encontro entre o Papa e os representantes da ONU, o Presidente dos EUA, George W. Bush, recebido pelo líder da Igreja católica, a participação de Bento XVI nas jornadas da juventude na Austrália, a visita do Papa a França, o planeamento das visitas a Israel, aos territórios palestinianos e à Jordânia e a possibilidade de o Papa visitar África em 2009. No Natal e na Páscoa, também são emitidas peças sobre a bênção da Quaresma e o encontro de Natal entre o Papa e a Cúria Romana.
- Além disso, também são emitidas várias peças ligadas às actividades do santuário de Fátima.
- A única peça emitida neste período na RDP Antena 1 com tema dominante crença e religião também remete para a agenda do Papa. É uma peça sobre casos de pedofilia na Igreja católica e o encontro do Papa com as vítimas em Boston, nos EUA.
- Deve referir-se que na amostra há 38 peças que referem crenças e religiões, mas nem sempre como tema dominante.

FIG. 15 Subtemas no domínio grupos minoritários, por operador

Subtemas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total
Minorias Étnicas	-	0,3%	0,6%	0,2%
Total	-	0,3% (2)	0,6% (2)	0,2% (4)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área Grupos Minoritários nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 4. Valores em percentagem.

- As peças que têm como dominantes assuntos ligados a grupos minoritários são apenas quatro num total de 1626 peças analisadas e aparecem apenas nos blocos informativos dos serviços de programas privados, duas na Rádio Comercial e duas na Rádio Renascença. Esses conteúdos são todos referentes a minorias étnicas e três delas têm um assunto comum entre si, ou seja, as duas peças da Rádio Renascença e uma da Rádio Comercial referem os acontecimentos entre grupos de moradores de diferentes etnias do Bairro da Quinta da Fonte (Loures), em Junho de 2008. Apenas uma peça aborda um assunto diferente, referindo uma acusação da organização SOS racismo à PSP pela forma como realizou uma rusga no Martim Moniz (Lisboa).
- Deve referir-se que na amostra existem outras peças, com outros temas, que fazem referência à presença de grupos sociais vulneráveis, como se explora seguidamente.

f) Peças com referência/presença a grupos minoritários/imigração, crença/religião, portadores de deficiência e crianças/jovens

O presente ponto analisa nos três serviços de programas a representação (referência/presença) de quatro grupos: minorias étnicas/imigração; crença/religiosidade; portadores de deficiência; crianças/jovens.

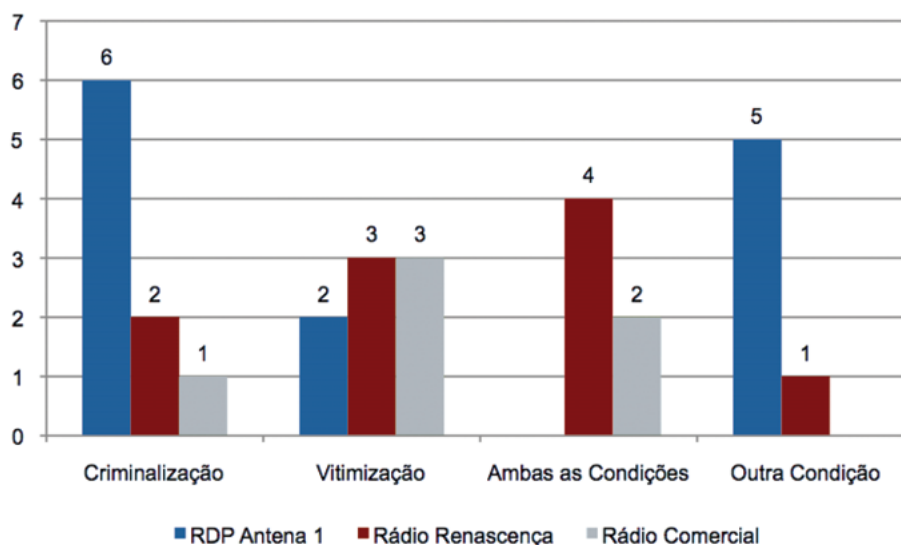
FIG. 16 Peças com referência/presença de grupos minoritários/imigração, por operador

Grupos	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Africanos	2	1	-	3
Paquistaneses	2	1	-	3
Brasileiros	-	1	1	2
ROM	-	1	1	2
Países de Leste	1	-	-	1
Várias Nacionalidades	6	5	4	15
Outras Nacionalidades	2	1	-	3
Total	13	10	6	29

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Grupos Minoritários/Imigração são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 29. Valores em números absolutos.

- Apenas 1,8% do total de peças da amostra dos três serviços de programas faz referência ou conta com a presença de **grupos minoritários ou imigrantes**.
- No que respeita às 29 peças em que grupos minoritários ou imigrantes são tratados, o comportamento dos três blocos informativos denota em geral a pouca relevância conferida a este tema e a estes actores, bem como o demonstra a análise geral temática.
- No conjunto dos três serviços de programas, a referência a grupos minoritários/imigração foi realizada predominantemente de forma generalizada e combinando vários grupos. Individualmente, destaca-se os africanos e os paquistaneses.

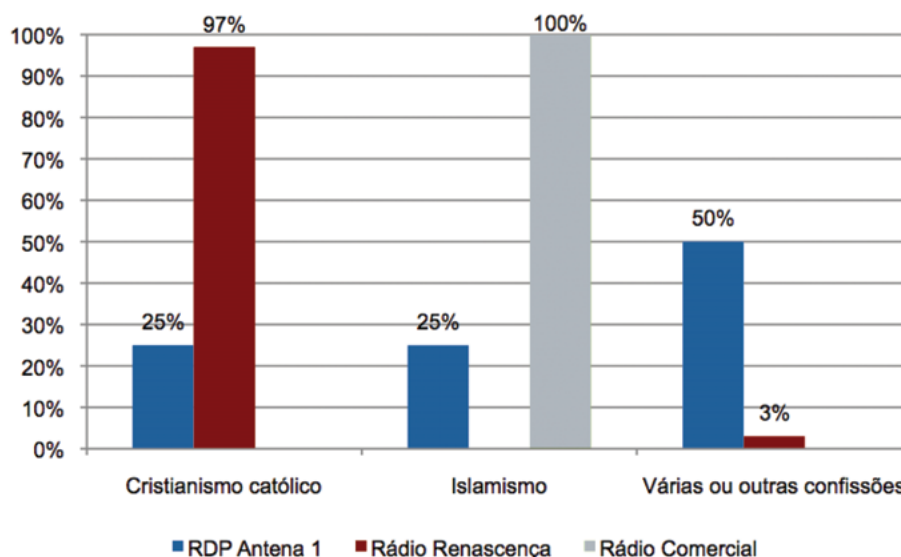
FIG. 17 Qualidade dos grupos minoritários/imigração, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Grupos Minoritários/Imigração são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 29. Valores em números absolutos.

- No que respeita à condição em que os grupos minoritários/imigração são retratados, a RDP Antena 1 refere situações de criminalização, bem como é o operador em que os grupos minoritários/imigrantes são mais referidos. Na Rádio Renascença, está mais presente a combinação de ambas as condições de vitimização e criminalização e, na Rádio Comercial, a condição de vitimização.

FIG. 18 Peças com referência/presença de crença e/ou religiosidade, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Crença e/ou Religiosidade são referidos nos três blocos informativos = 38, Antena 1 = 4, Renascença = 33 e Comercial = 1. Valores em percentagem.

- Verifica-se que 2,3% do total de peças na amostra dos três blocos informativos fazem referência a **crença e religiosidade**.
- Apesar do comportamento dos três blocos ser muito semelhante quanto à pouca relevância geral conferida a esta questão, a Rádio Renascença afirma-se como o operador em que mais peças fazem referência à crença/religiosidade, com 32 peças do total de 38, referentes ao cristianismo católico. A Rádio Comercial apresentou apenas uma peça e que se refere ao islamismo. A RDP Antena 1, apesar de registar um total de apenas quatro peças, focou uma maior diversidade de crenças/religiões.

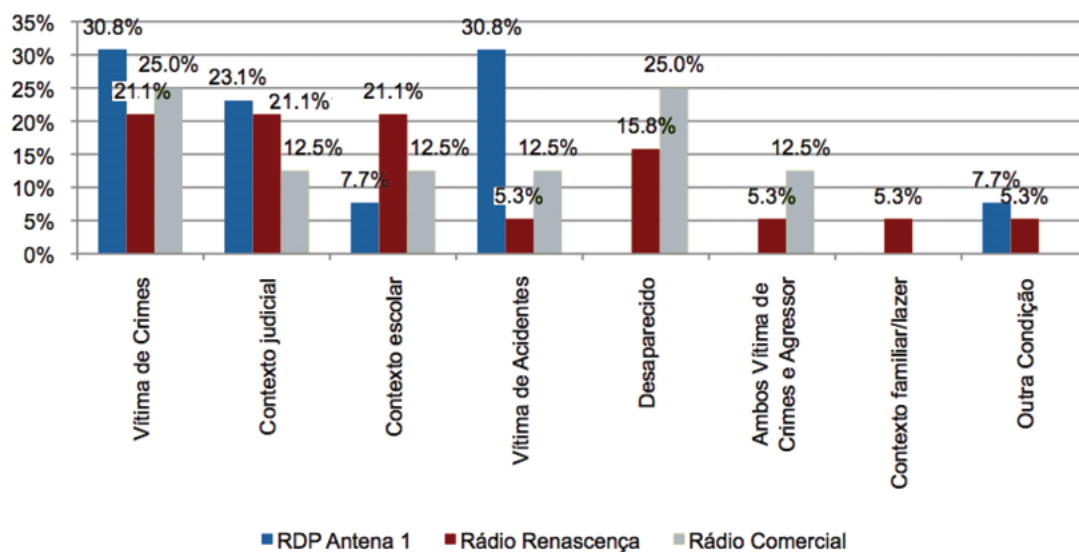
FIG. 19 Peças com referência/presença de portadores de deficiência, por operador

Valores Totais	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Portadores de deficiência	1	6	-	7

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Portadores de Deficiência são referidos nos blocos informativos da Antena 1, Renascença e Comercial = 7. Valores em números absolutos.

- Consta-se que 0,4% do total de peças da amostra dos três serviços de programas fazem referência a **portadores de deficiência**.
- Num total de sete peças, a Rádio Renascença é a que maior número de registos apresenta (seis peças). A RDP Antena 1 difundiu uma peça e na Rádio Comercial nenhuma.

FIG. 20 Qualidade em que as crianças/jovens surgem representados, por operador



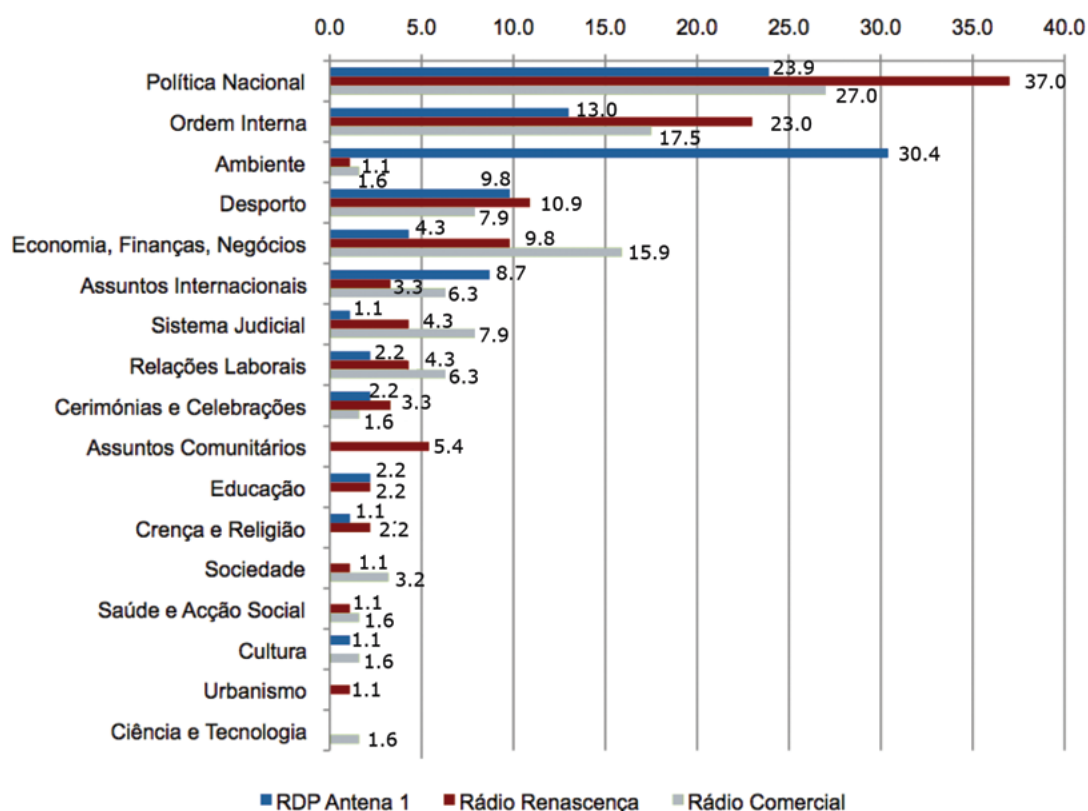
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças em que Crianças/Jovens (menores de dezoito anos) são referidos nos três blocos informativos = 40, Antena 1 = 13, Renascença = 19 e Comercial = 8. Valores em percentagem.

- As **crianças/ jovens** estão presentes ou são referidas em 2,4% do total de peças da amostra dos serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados.
- Considerando as 40 peças em que crianças/jovens estão presentes, observa-se que o estatuto predominante em que surgem retratados é predominantemente de vitimização no contexto de crimes nos três operadores. A Rádio Renascença é a que difundiu maior número de peças (19) sendo a que dá mais relevo às crianças/ jovens, seguindo-se a RDP Antena 1 (13) e a Rádio Comercial (oito).
- Na RDP Antena 1, assumem igual representatividade as peças que mencionam situações de vitimização de crianças/jovens em contextos de crimes e acidentes (30,8%), seguido do contexto judicial (23,1%). A Rádio Renascença coloca em plano de igualdade as peças referentes à condição de vítima de crimes, contexto judicial e o contexto escolar (21,1%). A Rádio Comercial apresenta um igual peso entre a categoria vítima de crimes e desaparecido (25%).

g) Modalidades de tratamento da informação e destaques

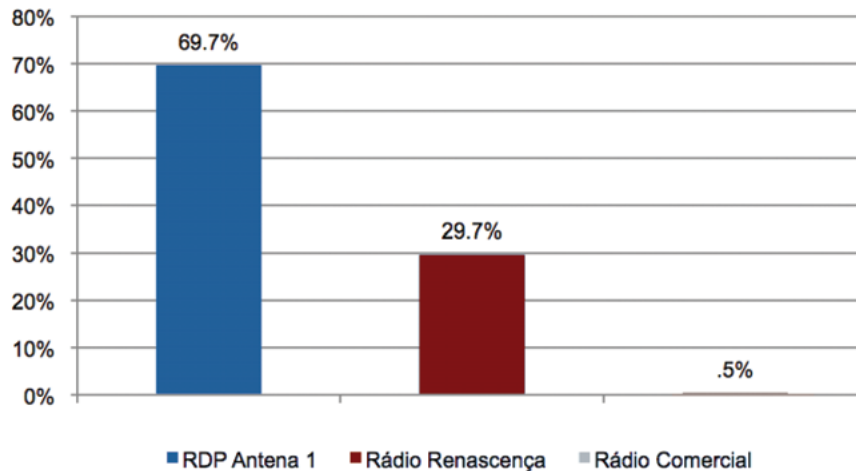
Este ponto reporta ao seguinte conjunto de indicadores: destaques (tema de abertura e utilização de promoção), posição da peça no alinhamento, registo jornalístico, estilo discursivo opinativo e contraditório.

FIG. 21 Temas de abertura dos blocos informativos, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças de abertura dos noticiários analisados nos blocos informativos da RDP Antena, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 247. Valores em percentagem. Os temas de abertura são indicadores de valorização e hierarquização dos assuntos noticiados. O indicador peça de Abertura está associado à relevância conferida à informação, sendo suposto que os critérios de selecção da informação não secundarizam ou ignoram acontecimentos significativos.

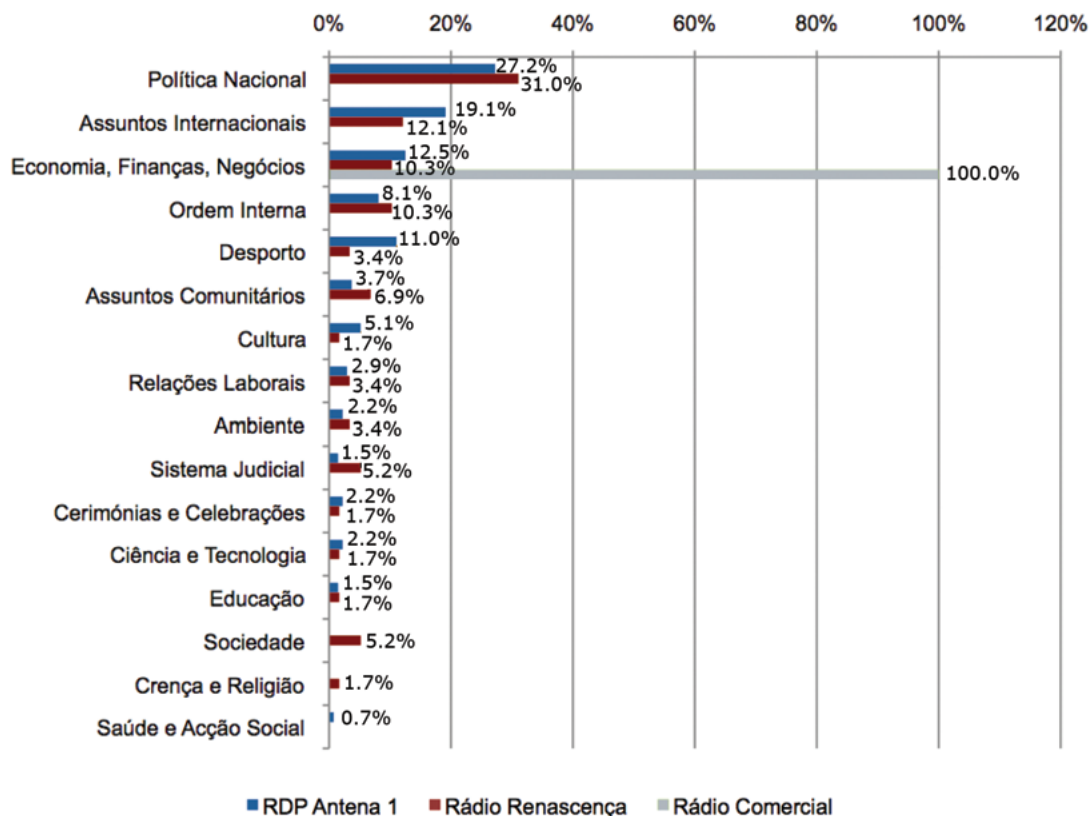
- O **tema de abertura** mais comum na Rádio Renascença e Rádio Comercial é política nacional. Na RDP Antena 1, é ambiente, que, em relação à Rádio Renascença e Rádio Comercial, assume uma relevância pouco significativa, verificando-se uma discrepância particular de tratamento deste tema quanto ao seu alinhamento no noticiário.
- A Rádio Renascença é a que mais diversifica os temas de abertura (15).
- Política nacional, ordem interna, ambiente, desporto, economia, assuntos internacionais, sistema judicial, relações laborais, cerimónias e celebrações, foram temas que figuraram na abertura dos noticiários dos três serviços de programas.

FIG. 22 Peças com promoção (teaser), por operador

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Promoção nos blocos informativos da RDP Antena, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 195. Valores em percentagem.

- As peças com promoção no conjunto dos três operadores analisados representam 11,9% do total analisado. A maioria das peças não tem promoção.
- A distribuição das 195 peças que possuem promoção releva que é a RDP Antena 1 a que regista maior número de peças com promoção (69,7%), seguindo-se a Rádio Renascença (29,7%) e a Rádio Comercial (uma peça, que corresponde a 0,5%).

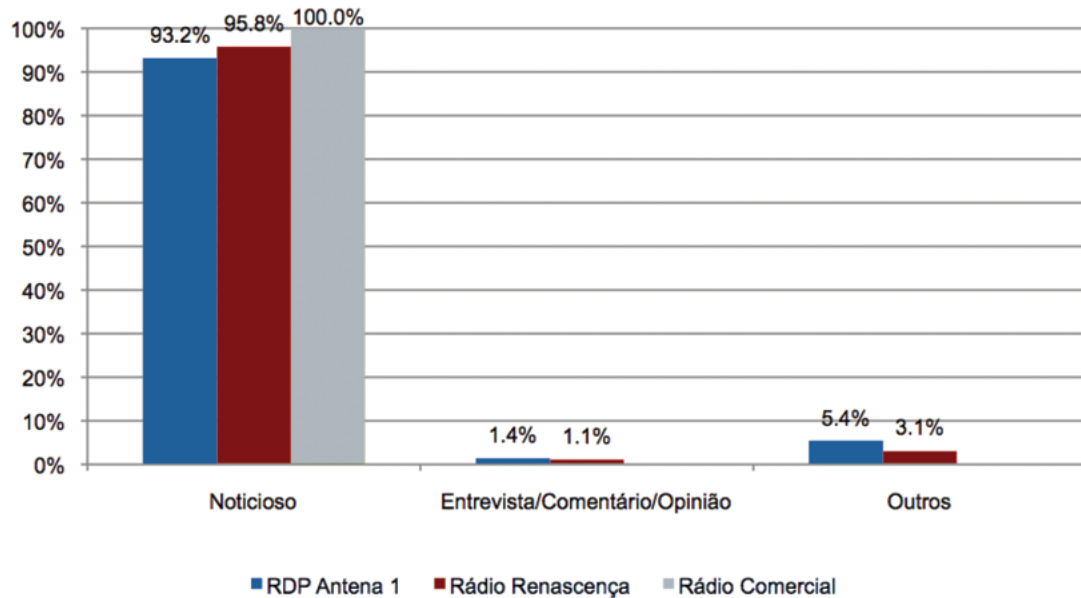
FIG. 23 Temas com promoção (teaser), por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Promoção nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 195. Valores em percentagem.

- Os dois temas com promoção mais representados na RDP Antena 1 e Rádio Renascença foram política nacional e assuntos internacionais. Como referido, estes são também dos temas com maior peso.
- Atentando aos subtemas mais frequentados no âmbito das referidas duas principais áreas temáticas, verifica-se que, no domínio da política nacional, se destaca na Rádio Renascença as actividades da assembleia da república (10,3%), e na RDP Antena 1, quer as actividades da assembleia, quer eleições (3,7%). No seu conjunto, a RDP Antena 1 foca uma maior diversidade de subtemas de política nacional. Para os assuntos internacionais, surge como o subtema mais presente na RDP Antena 1 as eleições políticas internacionais (8,1%), seguido de conflitos armados (3,7%). A Rádio Renascença coloca em igual nível de importância como temas com promoção no domínio dos assuntos internacionais, os atentados e terrorismo e as eleições políticas internacionais (3,4%).
- O caso único de promoção da Rádio Comercial recaiu sobre o tema economia, finanças e negócios.
- Apesar de não ser a que mais uso faz da promoção, a Rádio Renascença é a que mais diversifica os assuntos que promove (15).

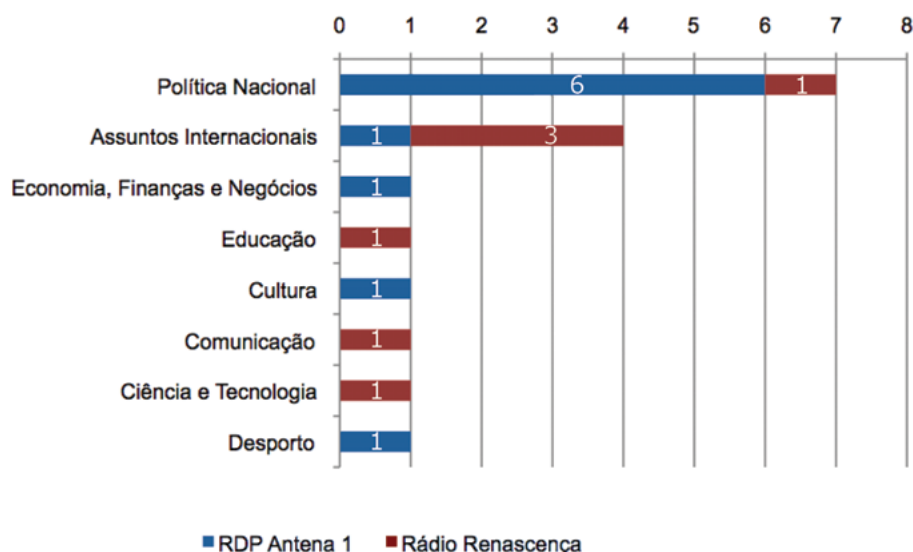
FIG. 24 Registo jornalístico, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. A categoria outros tende a agrupar formato noticioso com nota de comentário ou opinião. As peças de Meteorologia são classificadas como "Outros" correspondendo a um total de 34 peças (2% do total). Valores em percentagem.

- O registo jornalístico mais representativo nos três operadores é o noticioso. O registo noticioso classificado como outros refere-se predominantemente à fusão do registo noticioso seguido da intervenção de um comentador (registo híbrido), o que é mais comum à RDP Antena 1. A Rádio Comercial recorreu exclusivamente ao registo noticioso.

FIG. 25 Temas objecto de entrevista/comentário/opinião, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Entrevista/Comentário/Opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 17. Valores em números absolutos. São codificados nesta categoria os indivíduos de qualquer âmbito profissional que comentam factos ou acontecimentos num bloco informativo.

- As peças objecto de **entrevista/comentário/opinião** representam 1,1% do total de peças analisado (17 em 1626 peças).
- Como referido, na Rádio Comercial não se identificou este tipo de registo. Na RDP Antena 1, das dez peças de entrevista/comentário/opinião, seis incidiram sobre temas de política nacional. O subtema mais destacado foi eleições (três dos seis registos).
- Na Rádio Renascença registou-se, para sete presenças de tipo entrevista/comentário/opinião, três peças acerca de assuntos internacionais.

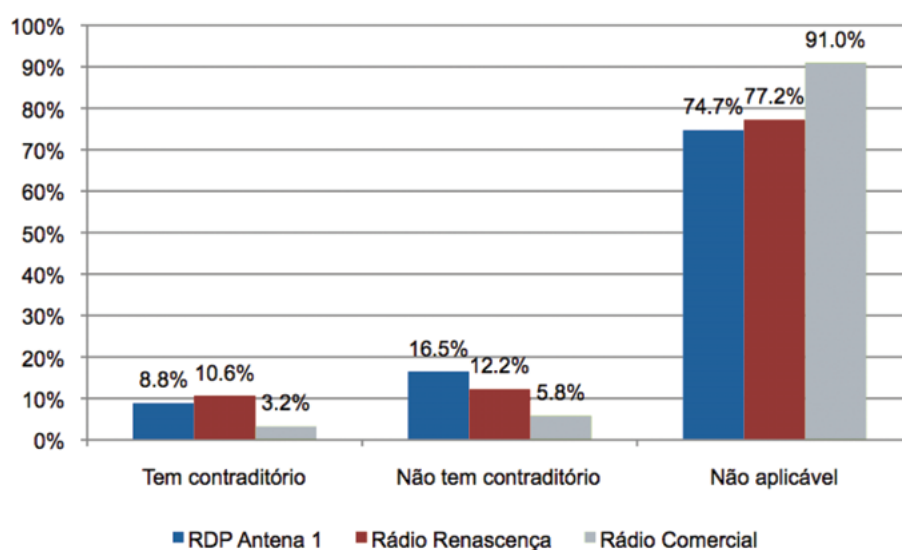
FIG. 26 Temas com presença do estilo discursivo opinativo, por operador

Temas	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Total (2 operadores)
Política Nacional	2	3	5
Economia, Finanças e Negócios	1	2	3
Assuntos Internacionais	1	1	2
Desporto	0	2	2
Relações laborais	1	0	1
Sociedade	0	1	1
Total	5	9	14

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com discurso opinativo nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 14. Valores em números absolutos.

- As peças com presença de **estilo discursivo opinativo** (14) representam 0,8% da amostra analisada.
- Este tipo de discurso não está presente na Rádio Comercial. A RDP Antena 1 conta com cinco peças e a Rádio Renascença, em supremacia, regista nove peças.
- Considerando a distribuição das 14 peças com presença do estilo discursivo opinativo por área temática, verifica-se que política nacional é o mais representativo na RDP Antena 1 e Rádio Renascença. Como referido, a Rádio Comercial não registou peças com presença de estilo discursivo opinativo.
- Os assuntos internacionais e economia, finanças e negócios são os segundos temas mais representados, tomando o conjunto da RDP Antena 1 e Rádio Renascença.
- O tema do desporto apenas revelou a presença de opinativo na Rádio Renascença (duas peças), bem como sociedade (uma peça), e as relações laborais na RDP Antena 1 (uma peça).

FIG. 27 Princípio do contraditório, por operador



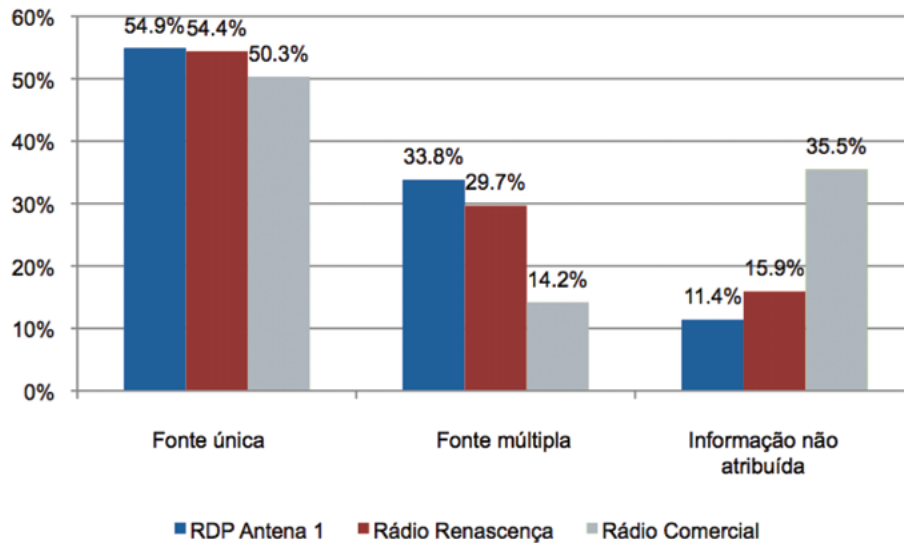
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Valores em percentagem. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça Tem Contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. Não Tem Contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria Não Aplicável aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Na maioria das peças, o **princípio do contraditório** inclui-se na categoria não aplicável (78,7%), predominando as peças que não suscitam acusações ou críticas negativas dirigidas a uma pessoa ou instituição. Considerando as peças que requerem a consulta dos interesses atendíveis, observa-se que estas, em maior número, não respeitam o princípio do contraditório (12,9%).

- A Rádio Renascença emite o maior número de peças em que esse princípio é respeitado (10,6%), ou seja, em que, face a uma crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição, são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis. A RDP Antena 1 é o operador em que maior número de peças não respeita este princípio (16,5%).
- Não obstante o predomínio geral da categoria não identificável, seguida da maior presença do não tem contraditório para os três serviços de programas, verifica-se, quanto aos temas que têm contraditório, que:
 - Os temas que contam com mais presenças do contraditório na RDP Antena 1 são o urbanismo (33,3%), a educação (22,2%), a política nacional (19,6%) e as relações laborais (19,4%).
 - Na Rádio Renascença, os temas política nacional (24,6%), saúde e acção social (20%), relações laborais e educação (ambos com 18,2%).
 - Na Rádio Comercial, ciência e tecnologia (25%) e sistema judicial (10,3%).
- Para os temas em que se verificam mais situações que requerem a consulta dos interesses atendíveis, mas em que tal não acontece, nem existe referência à tentativa de os ouvir (não tem contraditório), constata-se que:
 - A sua relevância é superior na RDP Antena 1 em temas de educação (55,6%), relações laborais (48,4%) e política nacional (31,2%).
 - Na Rádio Renascença para relações laborais (36,4%) e política nacional (22,4%).
 - Na Rádio Comercial, ambiente (100%), saúde e acção social (50%) e relações laborais (16,7%).
- Em geral, nos três serviços de programas, os temas que trazem à discussão interesses divergentes, independentemente de serem ou não ouvidas as partes atendíveis, são a política nacional (24,8% tem contraditório e 19,7% não tem contraditório), relações laborais (15,5% tem contraditório e 36,6% não tem contraditório), educação (15,4% tem contraditório e 26,9% não tem contraditório) e saúde e acção social (9,5% tem contraditório e 23,8% não tem contraditório).

h) Número e concordância das fontes de informação

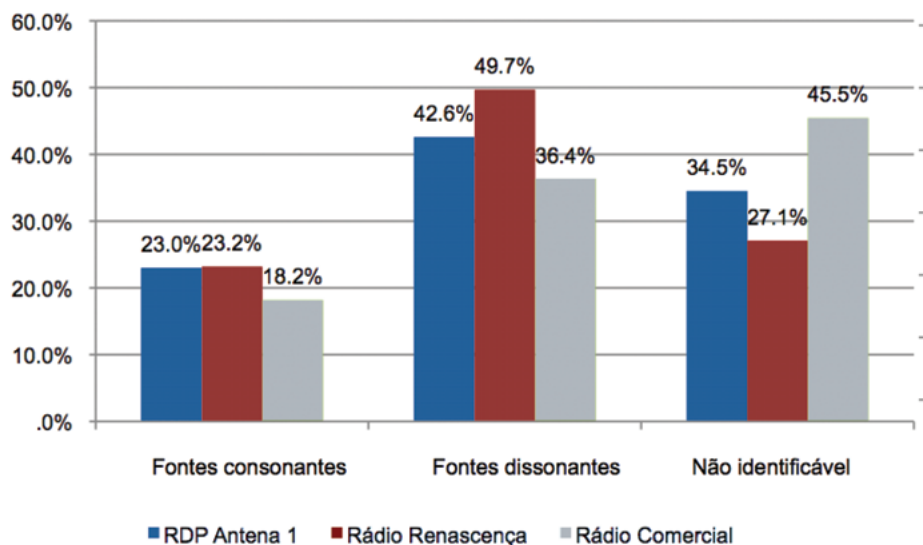
FIG. 28 Número de fontes, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Total de peças de Comentário/Opinião nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial onde o indicador não se aplica = 11. Valores em percentagem.

- Quanto ao **número de fontes**, os noticiários dos três serviços de programas tendem a consultar uma única fonte no tratamento editorial das notícias (entre 55% e 50% dos casos). A RDP Antena 1 (33,8%) e a Rádio Renascença (29,7%) apresentam mais frequentemente várias fontes de informação. A Rádio Comercial regista mais peças com informação não atribuída (35,5%).

FIG. 29 Concordância das fontes múltiplas, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Indicador Concordância das fontes é aplicado apenas aos casos em que a fonte é múltipla = 460, RDP Antena 1 = 235, Rádio Renascença = 181, Rádio Comercial = 44. Valores em percentagem.

- Considerando a **concordância das fontes múltiplas** (28,3% da amostra), verifica-se que na RDP Antena 1 e Rádio Renascença predomina a dissonância, respectivamente 42,6% e 49,7%. Por seu lado, a Rádio Comercial em mais situações não identifica a concordância das fontes (45,5%). Os valores de concordância são próximos entre os três serviços de programas.

i) Actores principais

A análise de actores contempla a identificação do domínio de pertença dos protagonistas das peças, a qualidade em que surgem e a valência que lhes é atribuída.

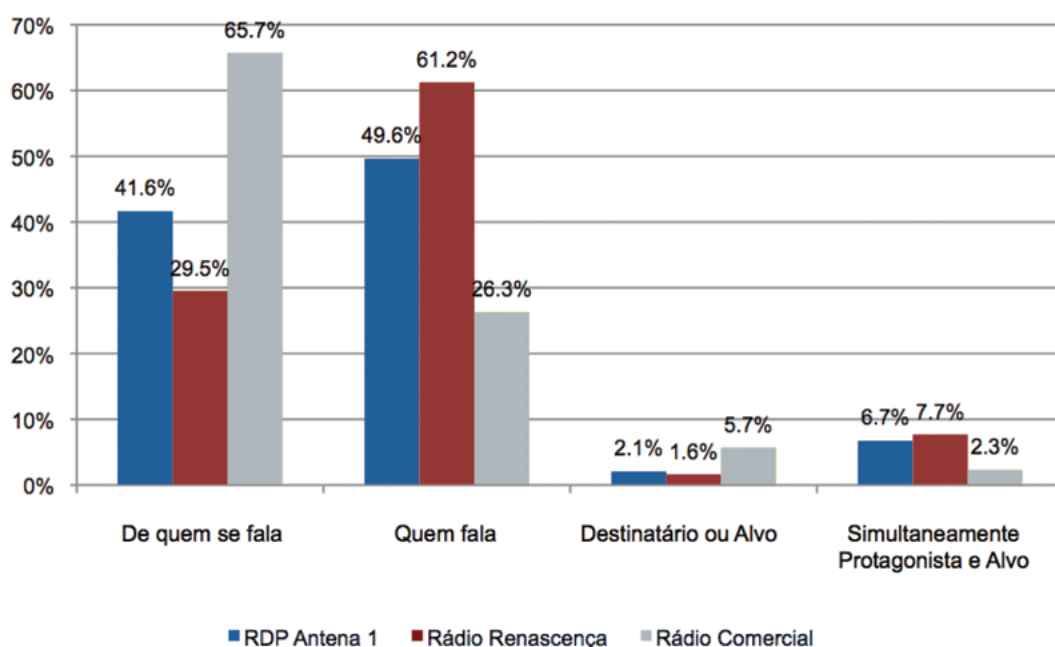
FIG. 30 Áreas a que pertencem os principais actores, por operador

Principal Actor	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Política Nacional	26,7%	28,7%	21,0%	26,4%
Comunidade Internacional	12,8%	8,3%	7,4%	10,1%
Desporto	7,5%	6,5%	11,0%	7,8%
Ordem Interna	3,7%	6,2%	2,9%	4,5%
Relações Laborais	3,7%	4,4%	1,3%	3,5%
Economia, Finanças e Negócios	2,7%	4,6%	2,3%	3,3%
Sistema Judicial	3,1%	3,3%	4,5%	3,4%
Sociedade	2,1%	3,1%	2,3%	2,5%
Crença e Religião	0,3%	6,0%	-	2,4%
Cultura	2,7%	1,1%	1,3%	1,8%
Comunidade Europeia	2,8%	0,8%	0,6%	1,7%
Ciência e Tecnologia	1,8%	1,8%	0,6%	1,6%
Saúde e Acção Social	1,6%	1,5%	0,3%	1,3%
Educação	0,6%	1,6%	-	0,9%
Comunicação	1,1%	0,8%	-	0,8%
Vários Actores	1,7%	0,2%	-	0,8%
Defesa	0,6%	0,7%	-	0,5%
Ambiente	0,4%	0,5%	-	0,4%
População	-	0,3%	0,6%	0,2%
Urbanismo	0,3%	0,2%	0,3%	0,2%
Grupos Minoritários	-	0,2%	-	0,1%
Actores não identificáveis	23,6%	19,2%	43,5%	25,8%
Total	100% (703)	100% (613)	100% (310)	100% (1626)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem. A categoria Protagonistas refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais á construção da notícia e cuja centralidade enquanto protagonista na peça noticiosa é visível. Responde às questões "Quem fala?" ou "De quem se fala" com privilégio da primeira. Os Protagonistas são tratados a dois níveis: um nível macro (grandes grupos) e um nível micro (especificação dos protagonistas).

- Dos dados apurados, verifica-se que 25,8% das peças não identificam **protagonistas**.
- Tomando em consideração os três serviços de programas analisadas, verifica-se que 23,6% das peças da RDP Antena 1, 19,2% da Rádio Renascença e 43,5% da Rádio Comercial não identificam protagonistas.
- Em relação às peças em que se identificam protagonistas das notícias (74,2% de 1626 peças), verifica-se uma tendência para conferir maior protagonismo aos actores políticos nacionais, ligeiramente mais acentuado na Rádio Renascença (28,7%), seguido da RDP Antena 1 (26,7%) e Rádio Comercial (21,0%).
- A segunda categoria de actores mais representada na RDP Antena 1 e Rádio Renascença são os do domínio da comunidade internacional, respectivamente 12,8% e 8,3%. Na Rádio Comercial são os actores de desporto os que se destacam em segundo plano (11%), seguindo-se também os actores da comunidade internacional (7,4%).

FIG. 31 Qualidade dos actores, por operador

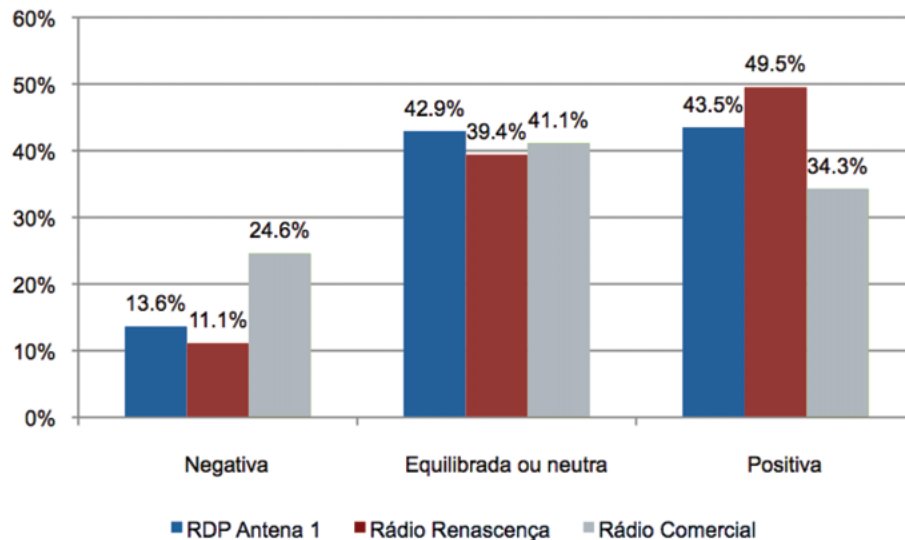


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem.

- Tomando em consideração a **qualidade** em que surgem os actores, verifica-se:
- A categoria de quem se fala, assumindo o actor um papel essencialmente de motivo da construção da peça, é a que mais se destaca na Rádio Comercial, bem como em comparação aos restantes dois operadores (65,7%).
- A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença destacam a categoria quem fala, sendo o segundo operador o que mais se realça no estatuto do actor enquanto protagonista activo que assume discurso directo (61,2%).

- A Rádio Comercial regista mais presenças de peças em que o actor surge associado a uma acusação ou crítica negativa (destinatário ou alvo), com 5,7%, e a Rádio Renascença em inferioridade com 1,6%.
- Para a qualidade de simultaneamente protagonista e alvo, a Rádio Renascença está em domínio (7,7%), seguindo-se a RDP Antena 1 (6,7%) e a Rádio Comercial (2,3%).

FIG. 32 Valência atribuída aos actores, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com actores identificáveis nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial = 1206. Valores em percentagem.

- Para as Rádios RDP Antena 1 e Rádio Renascença predomina a atribuição de uma valência positiva aos actores, respectivamente 43,5% e 49,5%. A Rádio Comercial regista percentagens superiores para valência equilibrada ou neutra, 41,1%. Esta é a Rádio com mais presenças da valência negativa (24,6%).

j) Política nacional

O tema de política nacional é o mais representado nos três serviços de programas generalistas de radiodifusão analisados, respectivamente 26,9% na RDP Antena 1 (189 peças), 29,9% na Rádio Renascença (183 peças) e 20,6% na Rádio Comercial (64 peças), perfazendo um total de 436 peças (26,8%) no universo analisado de um total de 1626 peças.

FIG. 33 Subtemas no domínio da política nacional, por operador

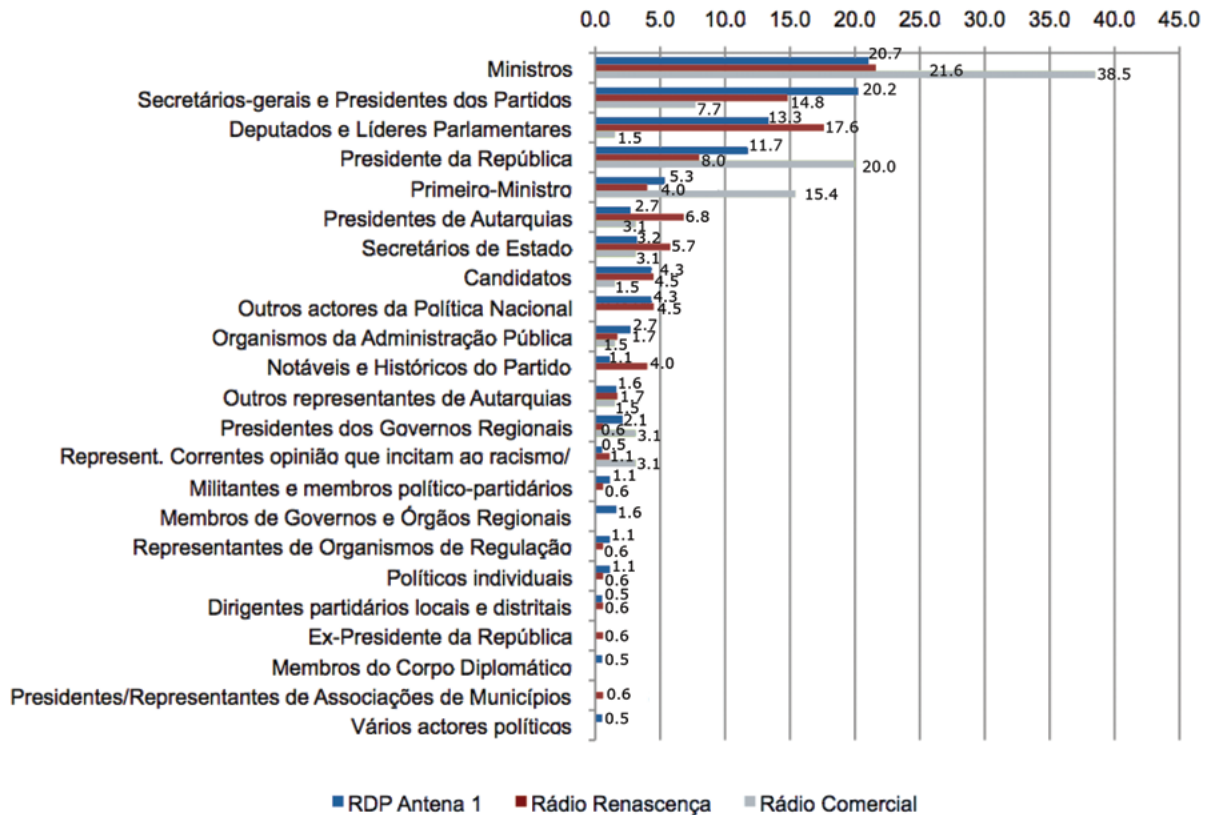
Principal Actor	RDP Antena 1	Rádio Renascença	Rádio Comercial	Total (3 operadores)
Actividades da Assembleia da República	3,1%	6,2%	4,5%	4,6%
Actividades de Partidos Políticos	5,1%	4,4%	2,3%	4,3%
Actividades da Presidência da República	2,3%	2,3%	3,2%	2,5%
Políticas Educação	1,8%	2,6%	2,3%	2,2%
Eleições	2,8%	2,3%	0,6%	2,2%
Políticas Económicas	0,9%	2,0%	1,3%	1,4%
Políticas Fiscais/Financeiras	1,6%	0,7%	1,0%	1,1%
Escândalo/Irregularidades	1,0%	0,8%	1,0%	0,9%
Políticas Laborais	1,1%	1,1%	-	0,9%
Actividades da Administração Pública	1,0%	1,0%	-	0,8%
Políticas Saúde	0,9%	0,7%	0,6%	0,7%
Políticas Defesa e Segurança	0,7%	0,8%	0,3%	0,7%
Actividades de Autarquias	0,6%	0,5%	0,3%	0,5%
Políticas Ciência e Tecnologia	0,3%	0,7%	0,6%	0,5%
Políticas Agricultura/Pescas	0,4%	0,3%	0,6%	0,4%
Participação Cívica	0,4%	0,5%	-	0,4%
Políticas Ordenamento do Território	0,4%	0,3%	-	0,3%
Políticas Administração Pública	-	0,3%	0,6%	0,2%
Actividades de Órgãos Regionais	0,4%	-	-	0,2%
Sondagens Políticas	0,1%	0,3%	-	0,2%
Políticas Justiça	0,3%	0,2%	-	0,2%
Ação Governativa Genérica	-	0,2%	0,6%	0,2%
Políticas Reabilitação Social	0,1%	0,2%	-	0,1%
Actividades/Declarações de Políticos Individuais	0,1%	0,2%	-	0,1%
Políticas Segurança Social	0,1%	0,2%	-	0,1%
Políticas Externas	-	0,3%	-	0,1%
Referendos	-	0,2%	-	0,1%
Actividades de Associações de Municípios	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Ambiente	0,1%	-	-	0,1%
Políticas Culturais	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Comunicação Social	-	0,2%	-	0,1%
Políticas Família	-	-	0,3%	0,1%
Outros Política Nacional	1,0%	0,3%	0,3%	0,6%
Total	26,9% (189)	29,9% (183)	20,6% (64)	26,8% (436)

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Valores em percentagem.

- O subtema do domínio da política nacional mais presente na Rádio Renascença e Rádio Comercial é as actividades da assembleia da república, respectivamente, 6,2% e 4,5%. Na RDP Antena 1, o subtema mais frequentado é as actividades de partidos políticos (5,1%), que na Rádio Renascença é o segundo (4,4%) e na Rádio Comercial o terceiro (2,3%).
- A polémica do caso BPN solicitando a presença do governador do Banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. Também a apresentação de queixa-crime de clientes contra a administração do BPP veio tornar a questão da fraude financeira um tema central, remetendo também para os casos de justiça. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às actividades da assembleia da república, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
- Entre as várias actividades da presidência da república assumiram-se como polémicas o veto presidencial do estatuto político-administrativo dos Açores, bem como a posição do Presidente em relação à nova lei do divórcio.
- O subtema das políticas de educação (2,2%) marcou-se, entre outros, pela contestação do modelo de avaliação dos professores. Este evento tanto surgiu colocado sob este enfoque, como associado ao domínio das relações laborais.
- O subtema eleições assumiu relevo, em particular à liderança do PSD.
- Ao nível das actividades da administração pública, as actividades de fiscalização da ASAE, nomeadamente, o encerramento do mercado do Bom Sucesso no Porto e de 28 parques infantis, tiveram a cobertura dos serviços de programas analisados. Os processos da ASAE vêm também salientar as dificuldades do sistema de justiça em dar resposta aos processos acumulados.

- Considerando os actores políticos nacionais, independentemente do tema principal da notícia (total de 429 peças):

FIG. 34 Protagonistas de política nacional, por operador

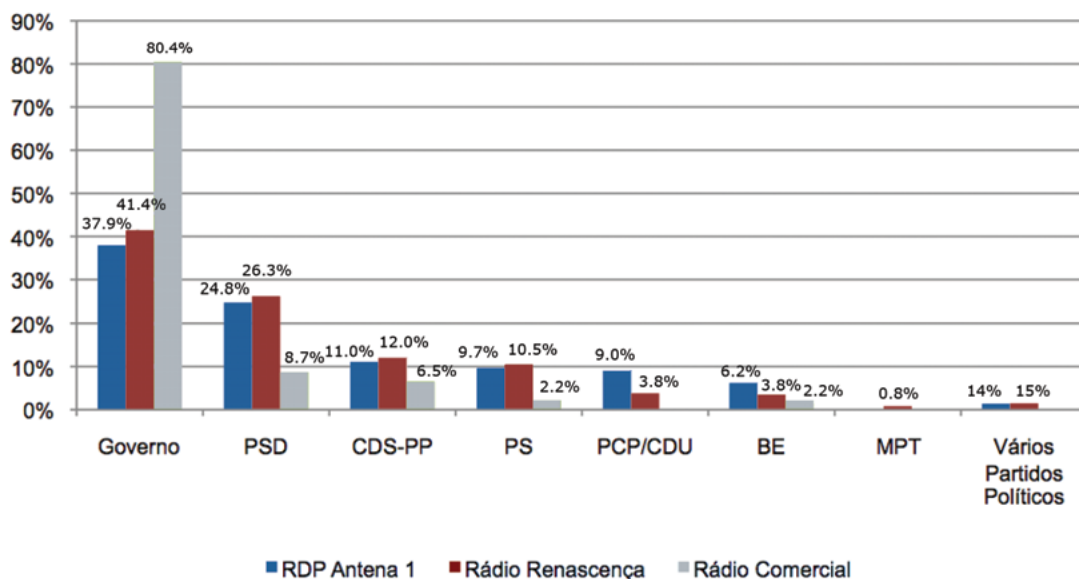


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Protagonistas da área Política Nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 429. Valores em percentagem.

- Verifica-se que a categoria mais consultada é comum aos três serviços de programas, sendo membros do Governo (Ministros), e assim distribuída:
 - 38,5% na Rádio Comercial;
 - 21,6% na Rádio Renascença;
 - 20,7% na RDP Antena 1.
- A segunda categoria de protagonistas difere entre os três serviços de programas. Na RDP Antena 1 é secretários-gerais e presidentes dos partidos (20,2%). Na Rádio Renascença, os deputados e líderes parlamentares (17,6%) e na Rádio Comercial o Presidente da República (20%).

- Atentando sobre a **pertença político-partidária** dos actores de política nacional (total de 429 peças), verifica-se que a mesma se aplica a um total de 324 peças (19,9% do total da amostra):

FIG. 35 Pertença político-partidária dos actores de política nacional, por operador

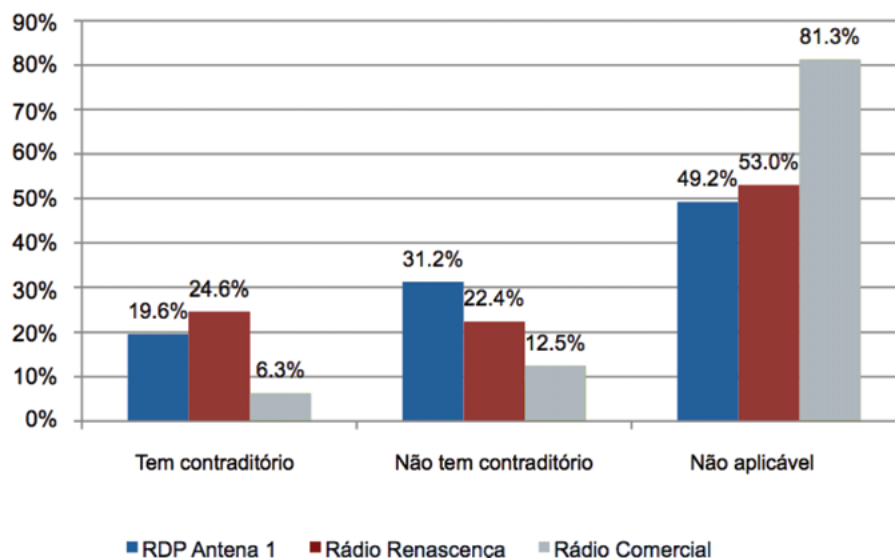


Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com pertença político-partidária identificada dos protagonistas políticos nacionais = 324, RDP Antena 1 = 145, Rádio Renascença = 133, Rádio Comercial = 46. Valores em percentagem. A Pertença Político-Partidária do principal actor apenas é registada em caso de ser explicitamente referida na peça em causa ou quando se trata de actores das categorias que se enquadram no espectro político-partidário: Ex-Presidente da República; Primeiro-Ministro; Ex-Primeiros-Ministros, Ministros; Secretários de Estado; representantes de Organizações da UE; Líderes Partidários; Deputados; Candidatos, Militantes e Membros político-partidários.

- Entre os protagonistas que surgem associados a uma determinada pertença político-partidária, predominam os membros do Governo nos três serviços de programas, com maior representatividade na Rádio Comercial (80,4%), seguida pela Rádio Renascença (41,4%) e RDP Antena 1 (37,9%).
- Os protagonistas do PSD representam a segunda categoria mais frequentada nos três serviços de programas, com maior incidência na Rádio Renascença (26,3%), seguido de perto pela RDP Antena 1 (24,8%) e só depois pela Rádio Comercial (8,7%).
- Os protagonistas do CDS-PP representam a terceira categoria mais frequentada nos blocos informativos da Rádio Renascença (12%), seguido pela RDP Antena 1 (11%) e a Rádio Comercial (6,5%).
- O PS é a quarta formação político-partidária mais representada, particularmente na Rádio Renascença (10,5%), seguindo-se a RDP Antena 1 (9,7%) e a Rádio Comercial (2,2%).

- O PCP/CDU não se encontra referido pela Rádio Comercial, destacando-se a sua presença na RDP Antena 1 (9%), seguindo-se a Rádio Renascença (3,8%).
- O BE é referido, por ordem decrescente, na RDP Antena 1 (6,2%), na Rádio Renascença (3,8%) e na Rádio Comercial (2,2%).
- A Rádio Renascença foi a única a referir o MPT.

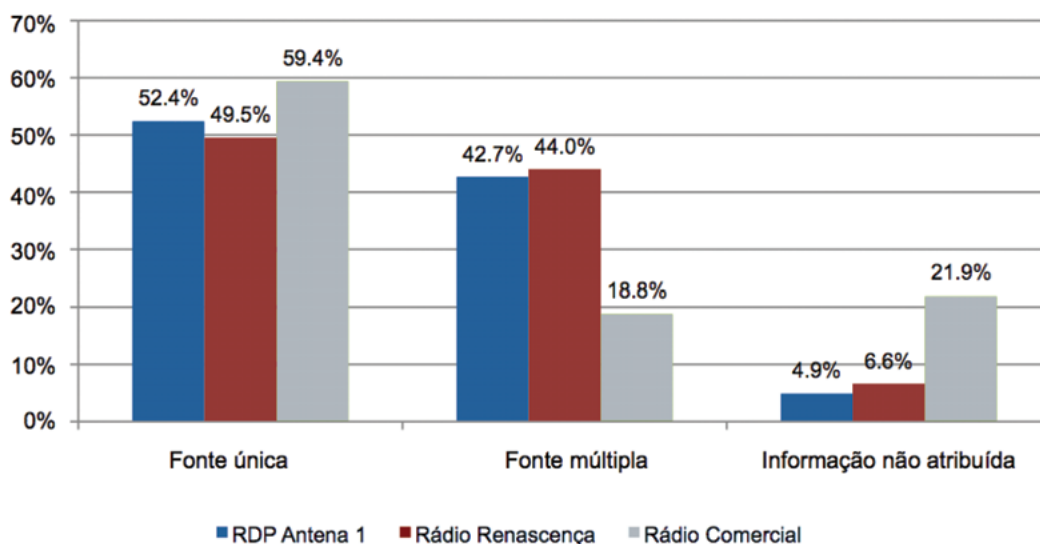
FIG. 36 Presença do contraditório em peças de política nacional, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Valores em percentagem. A variável verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto tratado. A peça Tem Contraditório quando são ouvidos os interesses atendíveis dentro da própria peça analisada ou em diferentes peças do mesmo noticiário. Não Tem Contraditório quando não são ouvidos os interesses atendíveis nem existe referência à tentativa de os ouvir. A categoria Não Aplicável aplica-se quando o relato de factos não pressupõe a consulta de diferentes perspectivas (por exemplo, no caso do resultado de um jogo de futebol).

- Tomando como referência os resultados gerais obtidos ao nível da **presença de contraditório**, verifica-se que, para o caso particular das peças sob a temática política nacional, a presença de situações com não aplicável decresce significativamente.
- Em contrapartida, as presenças de contraditório, quer sejam atendidos todos os interesses envolvidos, ou não, crescem. Neste caso, a Rádio Renascença inverte a proporção entre as duas categorias, ou seja, em mais peças é respeitado o contraditório (24,6% contra 22,4%).
- A RDP Antena 1 regista a maior percentagem de peças com não tem contraditório, 31,2%.

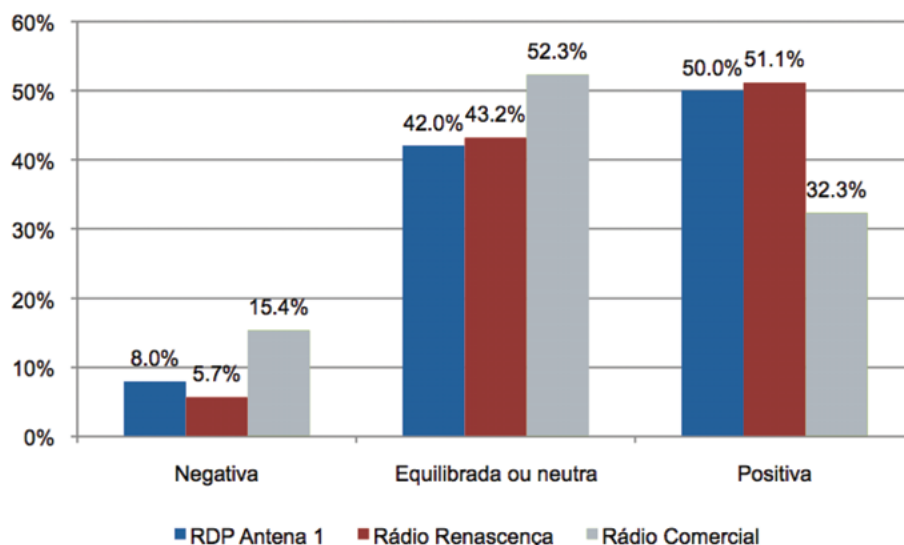
FIG. 37 Número de fontes em peças de política nacional, por operador



Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças na área política nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 436. Número de peças sobre política nacional com fontes identificadas nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 431. Valores em percentagem.

- A fonte única é mais significativa para os três serviços de programas.
- A Rádio Comercial é a que assume mais peso quanto à utilização de fonte única e informação não atribuída (59,4% e 21,9%). A Rádio Renascença é a que, entre os operadores analisados, regista mais peças que implicam o recurso a fontes múltiplas. Como referido anteriormente, este é também o serviço de programas com maior presença de contraditório nas peças de política nacional.
- Em relação aos resultados gerais, verifica-se haver um maior recurso a fontes múltiplas e menos a informação não atribuída.

FIG. 38 Valência atribuída aos actores de política nacional, por operador



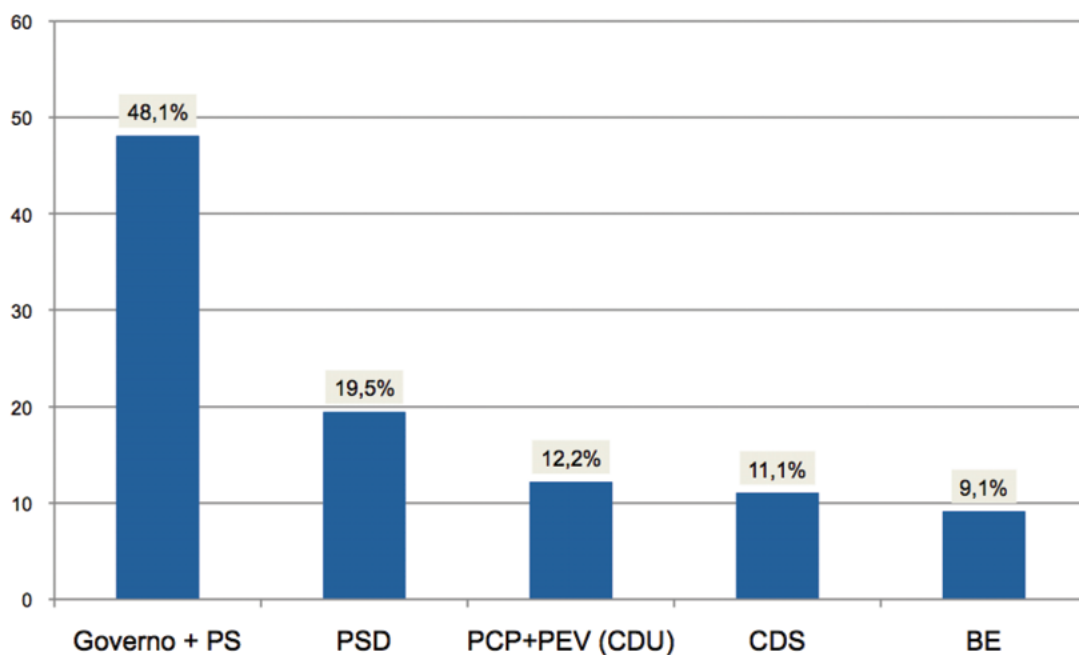
Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos três blocos informativos = 1626; RDP Antena 1 = 703; Rádio Renascença = 613; Rádio Comercial = 310. Número de peças com Protagonistas da área Política Nacional nos blocos informativos da RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial = 429. Valores em percentagem.

- A **valência** predominante em que surgem os actores retratados nas peças emitidas pelos três operadores é, na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, positiva, respectivamente, 50% e 51,1%.
- A Rádio Comercial apresenta uma maior prevalência do equilibrado ou neutro. Este operador é também o que, relativamente aos dois outros serviços de programas, regista mais casos de valências negativas.
- Em relação aos resultados deste indicador para a totalidade das áreas temáticas abarcadas pelos operadores analisados, pode ser concluído que as presenças de valências negativas decrescem, o equilibrado ou neutro aumenta, e as valências positivas aumentam na RDP Antena 1 e Renascença, decrescendo ligeiramente no caso da Rádio Comercial.

k) Presenças Político-Partidárias no Operador Público - RDP Antena 1

A análise do pluralismo político-partidário refere-se à RDP Antena 1, ou seja, a um total de 703 peças.

FIG. 39 Presença do Governo e dos Partidos - RDP Antena 1/2008



Nota: Total de peças emitidas analisadas = 703. Número total de presenças das instituições político-partidárias = 262. Valores em percentagem. Variável de resposta múltipla. Contabilizam-se todas as peças em que cada uma das instituições político-partidárias surge representada na peça em discurso directo ou indirecto.

- O gráfico anterior reflecte o registo sistemático de todas as presenças ou referências à acção política desenvolvida pelo Governo ou partidos políticos e que foram alvo de cobertura noticiosa nos dois blocos informativos da Antena 1: o das 8h00 e o das 18h00. O Governo e o PS (em conjunto), enquanto partido da maioria parlamentar, são os mais representados, com 48,1%. Valores desagregados: Governo = 39,7%; PS = 8,4%.

- Considerando os diferentes partidos da Oposição Parlamentar: O PSD é o segundo mais representado com 19,5%. Seguindo-se a CDU (PCP = 10,7%; PEV = 1,5%) com 12,2%, o CDS com 11,1% e o BE com 9,1%.

- **Nos dias da amostra analisada, não foi identificada nenhuma peça com presença ou referência aos diferentes partidos da Oposição Extra-Parlamentar.** A representatividade de outras formações externas ao campo estritamente político-partidário (presentes em 18,5% do total de peças da RDP Antena 1) permite destacar a importância de agentes como associações cívicas, instituições da administração pública, incluindo de regulação, órgãos regionais, entre outros.

Síntese conclusiva

Em termos gerais:

1. A análise comparativa dos três serviços de programas – RDP Antena 1, Rádio Renascença, Rádio Comercial – permite identificar um conjunto de tendências partilhadas para o ano de 2008. Em termos gerais, a análise mostra uma aproximação das agendas jornalísticas dos três operadores, patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que são objecto de cobertura nos dois blocos informativos analisados (8h00 e 18h00) para cada um dos serviços de programas.
2. A duração média das peças dos três serviços de programas é de 1 minuto e 14 segundos.
3. A temática mais frequente e comum aos três serviços de programas é a política nacional. Embora assumindo prioridades distintas, estão também entre os temas mais representados nos três serviços de programas, assuntos internacionais e economia, finanças e negócios.
4. A orientação para a problematização dos eventos cobertos não é uma característica predominante dos blocos informativos dos três serviços de programas. De um modo geral, de curta duração, as peças incidem essencialmente em informação factual. O registo noticioso é o predominante, assumindo o comentário/entrevista um carácter pontual.
5. É possível denotar a cobertura continuada de alguns assuntos, nomeadamente, no contexto de processos judiciais, como é o “caso Joana” ou a “Operação Furacão”. Neste sentido, o caso BPN cruza vários enfoques desde o jurídico aos debates na Assembleia da República e actividades dos partidos políticos. A partir de eventos, como acidentes aéreos, o factor proximidade parece assumir um peso de selecção noticiosa, nomeadamente, quando entre os acidentados se encontram portugueses.
6. No que respeita a presença de grupos minoritários, o comportamento dos três blocos informativos denota, em geral, a pouca relevância conferida a este tema e a estes actores. O predomínio das presenças/referências foi para formas generalizadas (“várias nacionalidades”).
7. A referência a crianças/jovens é, predominantemente, realizada num registo de vitimização, no contexto de crimes.
8. O uso da promoção (teaser) não é frequente e tende a incidir sobre os temas também mais representados. Deste modo, vem a figura do teaser despertar a atenção dos ouvintes para temas definidos como prioritários na agenda, e não para aqueles que assumam contornos de novidade.
9. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma única fonte no tratamento editorial das notícias. A RDP Antena 1 e a Rádio Renascença apresentam mais frequentemente várias fontes de informação. Na Rádio Comercial, identifica-se um formato de peças predominantemente mais breves, sendo a que identifica as fontes noticiosas em menor número. Considerando os casos em que as fontes são múltiplas predomina, nos três operadores, a dissonância relativamente à concordância.
10. Como referido, a temática mais frequente e comum aos três serviços de programas é a política nacional, e entre os temas mais representados estão os assuntos internacionais e economia, finanças e negócios. São estes também os três temas que na RDP Antena 1 e Rádio Renascença suscitaram mais peças com discurso opinativo (ainda que pontuais). Este tipo de discurso assume uma escassa expressividade nos operadores referidos, não tendo sido identificado na Rádio Comercial.
11. Em casos de peças que requerem a consulta dos interesses atendíveis, observa-se que em maior número não é dado conta das posições de todos os envolvidos na mesma peça ou no mesmo bloco informativo.

12. Não obstante o peso de peças em que não há um protagonista identificado, os actores principais vêm posicionar-se na mesma linha de predomínios temáticos. Destacam-se os actores de política nacional nos três serviços de programas, seguidos de comunidade internacional na RDP Antena 1 e Rádio Renascença, e do desporto na Rádio Comercial.
13. Enquanto subtemas mais comuns da área da política nacional, estiveram as actividades da assembleia da república na Rádio Renascença e Rádio Comercial. Este subtema foi o segundo mais representado na RDP Antena 1, a seguir às actividades dos partidos políticos. O subtema eleições é relevado pela RDP Antena 1 e Rádio Renascença, mas menos pela Rádio Comercial.
14. No plano da política nacional, o tema eleições assumiu relevo, em particular as eleições à liderança do PSD. A polémica do caso BPN solicitando a presença do governador do Banco de Portugal na Assembleia da República foi um tema de destaque. A questão do BPN teve um acompanhamento continuado surgindo no final do ano associado às actividades da assembleia da república, nomeadamente, quanto à constitucionalidade da sua nacionalização.
15. Entre as várias actividades da presidência da república assumiram-se como polémicas o veto presidencial ao estatuto político-administrativo da Região Autónoma dos Açores, bem como a posição do Presidente da República em relação à nova lei do divórcio.
16. A categoria de protagonistas políticos mais representados é comum aos três operadores e corresponde a membros do Governo (Ministros). Esta categoria ilustra, de igual forma, a pertença político-partidária dos actores, sendo o Governo a mais destacada. Segue-se, para os três serviços de programas, o PSD, o CDS-PP e o PS.

Em particular:

1. A Rádio Comercial apresenta uma menor proporção de peças analisadas na amostra, já que são inexistentes blocos informativos aos fins-de-semana.
2. A Rádio Comercial apresenta uma duração significativamente inferior à média, ou seja, 22 segundos. A RDP Antena 1 é aquela que transmite blocos mais longos, possuindo uma duração média de peças de 1 minuto e 33 segundos.
3. Considerando o destaque temático que releva a política nacional, verifica-se, seguidamente, que o desporto como tema frequente aproxima a Rádio Comercial e a RDP Antena 1, sendo ordem interna um tema de maior referência na Rádio Renascença.
4. Não obstante o predomínio da orientação para os acontecimentos, a RDP Antena 1 conta com algumas peças num formato de tipo mais híbrido, ou seja, rematando os relatos factuais com comentários de especialistas residentes das respectivas rubricas.
5. As escassas referências a imigrantes/grupos minoritários não permitem objectivar diferenças qualitativas significativas entre os três serviços de programas. No âmbito dos poucos casos identificados, pode apenas ser deixada a nota a explorar de que é na RDP Antena 1 que estes grupos surgem com mais expressão associados a situações de criminalização.
6. Na sua globalidade, entre os quatro domínios socialmente mais vulneráveis (religião/crença; portadores de deficiência; minorias étnicas/imigração; crianças/jovens), e daí merecedores de uma abordagem focalizada, verifica-se que estes são mais referidos em peças da Rádio Renascença. A presença/referência a crença/religiosidade é um elemento, pelo seu destaque, distintivo da Rádio Renascença, nomeadamente no que respeita ao cristianismo católico. É este operador que mais referência faz a indivíduos portadores de deficiência, bem como a crianças/ jovens. Por seu turno, a Rádio Comercial regista apenas uma peça em que refere religião (islamismo), nenhuma que remeta para portadores de deficiência, e possui o menor número de peças com referência a grupos minoritários/imigração, bem como a crianças/jovens.

7. O tema de política nacional para além de ser o principal para os três serviços de programas, é também o tema de abertura mais comum na Rádio Renascença e Rádio Comercial. Todavia, a RDP Antena 1 assumiu relevo no tema ambiente ao nível das peças seleccionadas para a abertura, o que constitui um outro modo de promoção noticiosa. A Rádio Comercial promoveu apenas uma peça e foi sob o tema de economia, finanças e negócios. A Rádio Renascença é a que mais diversifica os temas de abertura, bem como os que promove através de teaser.
8. De um modo geral, a Rádio Comercial caracteriza-se pela inexistência de blocos de informação ao fim-de-semana, curta duração das peças, não atribuição das fontes de informação, parca utilização da promoção, inexistência de peças com comentário/entrevista/opinião, peso significativo de peças sem actores identificados.
9. A categoria de protagonistas políticos mais representados nos três serviços de programas é membros do Governo (Ministros), divergindo a segunda: na RDP Antena 1 são os secretários-gerais e presidentes dos partidos; na Rádio Renascença, os deputados e líderes parlamentares e, na Rádio Comercial, o Presidente da República.
10. As quatro pertenças político-partidárias dos protagonistas com mais expressão nos três serviços de programas analisados são coincidentes. São estas, por ordem decrescente: Governo, PSD, CDS-PP e PS. Na RDP Antena 1, o PCP/CDU é a quinta formação político-partidária mais referida seguida do BE. Na Rádio Renascença, o PCP/CDU e o BE assumem igual representação, seguidos do MPT. Na Rádio Comercial, para além das quatro pertenças político-partidárias mencionadas, é referido apenas o BE.
11. Considerando o registo sistemático de todas as presenças ou referências à acção política desenvolvida pelo Governo ou partidos políticos, enquanto instituições, e que foram alvo de cobertura noticiosa nos dois blocos informativos da Antena 1: o das 8h00 e o das 18h00, observa-se:
12. O Governo e o PS (em conjunto), enquanto partido da maioria parlamentar, são os mais representados, com 48,1%. Valores desagregados: Governo = 39,7%; PS = 8,4%. Considerando os diferentes partidos da Oposição Parlamentar: O PSD é o segundo mais representado com 19,5%. Seguindo-se a CDU (PCP = 10,7%; PEV = 1,5%) com 12,2%, o CDS com 11,1% e o BE com 9,1%. Nos dias da amostra analisada, não foi identificada nenhuma peça com presença ou referência aos diferentes partidos da Oposição Extra-Parlamentar. O peso das várias formações político-partidárias diverge em relação à análise anterior, porque aquela identifica exclusivamente da pertença político-partidária do protagonista, ou seja, a personalidade que mais se destaca.
13. A representatividade de outras formações externas ao campo estritamente político-partidário (presentes em 18,5% do total de peças da RDP Antena 1) permite destacar a importância de agentes como associações cívicas, instituições da administração pública, incluindo de regulação, órgãos regionais, entre outros.
14. A este nível, constata-se ainda que as várias formações de natureza profissional, cívica, entre outras, assumem um peso mais elevado que o Governo, o que denota a presença da cobertura de eventos polémicos, ou que provocaram contestação, como é o caso do encerramento de unidades de urgência médica, ou os conflitos na área da educação (avaliação dos professores), que marcaram o ano de 2008.

ANEXO I

Técnica de amostragem para os Programas Informativos – RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A amostragem proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização de blocos informativos de três rádios, incluindo uma de serviço público.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5%.
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as Peças Noticiosas na RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial no ano de 2008.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de Peças Noticiosas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a amostragem sistemática. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/7), logo o intervalo amostral será 7. O objectivo será analisar apenas um dia por semana. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 8.

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com sete elementos cada. Na realidade, cada grupo será uma semana.

$$\text{Grupo 1} \rightarrow \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7\}$$

$$\text{Grupo 2} \rightarrow \{8, 9, 10, 11, 12, 13, 14\}$$

$$\text{Grupo 3} \rightarrow \{15, 16, 17, 18, 19, 20, 21\}$$

...

$$\text{Grupo N} \rightarrow \{[(N-1)*7]+1, [(N-1)*7]+2, \dots, [(N-1)*7]+6, N*7\}$$

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 7 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 5, o que corresponde a Sábado (05/01/2008).

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números:

$$\{5, 13, 21, 29, 37, 45, 53, 61, 69, 77, 85, 93, 101, 109, 117, 125, 133, 141, \dots\}$$

O que corresponde a:

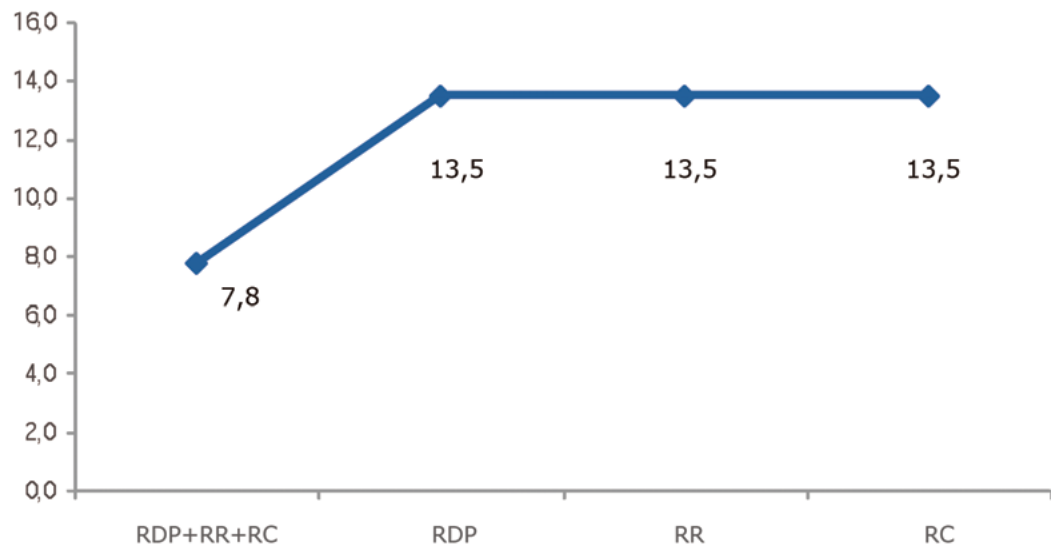
$$\{\text{Sábado (05-01-08); Domingo (13-01-08); ; Terça-Feira (30-12-08)\}$$

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 1 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Serviços de Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
RDP+RR+RC	366	46	1104	138	7,8071
RDP	366	46	366	46	13,5345
RR	366	46	366	46	13,5345
RC	366	46	366	46	13,5345

Gráfico1 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Descrição das variáveis analisadas na monitorização da cobertura jornalística dos blocos das 8h00 e das 18h00 da RDP Antena 1, da Rádio Renascença e da Rádio Comercial em 2008

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização dos blocos informativos das 8h00 e das 18h00 emitidos pelo operador de serviço público, RDP Antena 1, e pelos privados Rádio Renascença e Rádio Comercial. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma ou mais subcategorias de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização dos referidos blocos informativos está organizada de modo a corresponder a sete grandes dimensões de análise:

- a) Caracterização da amostra
- b) Análise Temática
- c) Tratamento e Modalidades de Mediatização
- d) Análise do Número e Concordância das Fontes de Informação
- e) Análise de Actores
- f) Incumprimento da Legislação
- g) Análise de formações político-partidárias (aplicado apenas ao operador de público – RDP Antena 1)

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de Caracterização Geral da Amostra

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como o bloco informativo em que se insere.

1. Código Identificador

Definição Conceptual: Esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (peça noticiosa). Embora a função principal desta variável não seja fazer cruzamentos de informação com outras variáveis, deve referir-se que ela é útil para fazer a verificação da base de dados, permitindo identificar os casos e diferenciá-los entre si.

2. Nome do Operador e do Bloco Informativo

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome do operador de rádio e do bloco informativo onde se insere a unidade de análise (peça noticiosa) em causa. Foi alvo de um processo de recodificação em que se procedeu à junção dos blocos das 8h00 e das 18h00 de cada operador analisado e à consequente atribuição do nome do serviço de programas correspondente a cada par de blocos informativos. A nova variável gerada a partir da recodificação contempla as categorias RDP Antena 1, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

Foi com base nessa nova variável recodificada que foi realizada a maior parte dos cruzamentos constantes do relatório (especialmente os que aparecem representados em figuras), ou seja, a maior parte dos resultados foram apresentados por operador e não por blocos informativos.

3. Data (aaaa /mm/dd)

Definição Conceptual: Esta variável identifica a data completa em que a unidade de análise em causa, ou seja, a peça, foi emitida. Nesta variável são contemplados apenas os dias seleccionados para a amostra em 2008, isto é, os restantes dias desse ano não são abrangidos.

4. Duração Exacta da Peça

Definição Conceptual: Esta variável identifica o tempo total de duração da unidade de análise em estudo (peça noticiosa).

5. Duração do Bloco Informativo

Definição Conceptual: Esta variável identifica o tempo total de duração do bloco informativo, ou seja, das várias peças noticiosas e eventuais promoções/teaser no mesmo espaço horário e de uma mesma edição.

6. Título da Peça

Definição Conceptual: Esta variável é meramente indicativa e identifica de forma sucinta o título da unidade de análise em causa, como forma de orientação do codificador perante a base de dados.

b) Indicadores da Temática

7. Tema dominante

Definição Conceptual: Assunto ou ideia preponderante que a peça aborda ou desenvolve.**c) Indicadores de Tratamento e Modalidades de Mediatização****8. Promoção (Teaser)****Definição Conceptual:** Inserida normalmente na abertura do programa, a promoção (teaser) visa destacar uma ou várias peças do bloco informativo. Esta variável identifica a existência da promoção da unidade de análise (ou teaser) no alinhamento do bloco informativo correspondente.**9. Posição da Peça no Alinhamento****Definição Conceptual:** Esta variável identifica a localização da unidade de análise no alinhamento do bloco informativo correspondente.**10. Registo Jornalístico****Definição Conceptual:** Identificação do modelo de mediatização ou registo discursivo da peça.**11. Estilo Discursivo Opinativo do Jornalista****Definição Conceptual:** Atitude comunicativa do locutor ou do jornalista que intervém na peça, pressupondo a manifestação de juízos subjectivos, sustentados na primeira pessoa e apenas vinculando o seu autor.**12. Contraditório****Definição Conceptual:** Verifica se a peça reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto em causa, nos casos de crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição. Procura avaliar se o tema abordado na peça pressupõe a existência de diferentes visões ou interpretações do acontecimento ou do fenómeno retratado, apenas quando se verifica a existência de uma crítica ou acusação direccionada para um determinado alvo.

A peça tem contraditório quando são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo. A peça não tem contraditório quando não são ouvidos e/ou referidos todos os interesses atendíveis, ou feita referência à tentativa de o fazer, na própria peça ou peça contígua do mesmo bloco informativo.

d) Indicadores de Número e Concordância das Fontes de Informação

Fontes de informação são pessoas ou instituições que fornecem informação ao locutor ou ao jornalista para tratamento noticioso. As fontes transmitem a informação de modo directo (testemunho verbal) ou indirecto (através da referência por parte dos profissionais de comunicação).

13. Número de Fontes de Informação dentro da peça**Definição Conceptual:** Esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número fontes de informação consultadas ou referidas da peça.

14. **Concordância das várias fontes informativas**

Definição Conceptual: Esta variável identifica as diferentes posições – consonantes ou dissonantes – manifestadas pelas diversas fontes que intervêm numa determinada peça. As fontes são consideradas consonantes quando entre elas existe coro – concordância unânime e não conflituante – a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição. Ao contrário, as fontes são consideradas dissonantes quando entre elas não existe coro – apresenta desacordo, conflito – relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição. Quando as fontes consultadas na peça não apresentam uma concordância ou discordância clara a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como “Não identificável”.

e) **Indicadores de Análise de Actores**

As notícias resultam parcialmente de acções de indivíduos ou de instituições que nelas intervêm ou que são alvo da atenção mediática. Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação. Cada actor desempenha um determinado papel, cuja definição resulta do tipo específico de interacção mediática.

15. **Actor Principal (Protagonista)**

Definição Conceptual: Esta variável visa reconhecer e classificar a personalidade ou grupo de pessoas identificados de forma manifesta como protagonistas da peça, ou seja, aquele que participa de forma preponderante no surgimento e/ou na evolução do acontecimento, de acordo com a construção da peça.

16. **Valência/Tom da peça face ao Principal Actor**

Definição Conceptual: Codifica-se apenas caso o indicador Actor Principal tenha sido assinalado. Esta variável visa identificar objectivamente se a situação contextual apresentada na peça representa uma ocorrência positiva, negativa ou neutral para o interveniente em causa.

17. **Pertença político-partidária do Principal Actor**

Definição Conceptual: Codifica-se apenas caso o indicador Actor Principal tenha sido assinalado. Esta variável identifica o partido político do principal actor apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

18. **Qualidade em que aparece o Principal Actor**

Definição Conceptual: Codifica-se apenas caso o indicador Actor Principal tenha sido assinalado. Esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o principal actor aparece na peça.

f) **Indicadores de Incumprimento da Legislação**

19. **Presença e/ou Referência a Grupos Minoritários/Imigrantes**

Definição Conceptual: Codifica-se o grupo de pertença presente ou referido apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo. As categorias de resposta baseiam-se num estudo do ACIDI³ que utiliza a percepção e a terminologia dos próprios profissionais de comunicação.

³ Ferin Cunha, Isabel; Santos, Clara Almeida; Valdigem, Catarina; Filho, Willy S., (2006), Media, Imigração e Minorias Étnicas II, Observatório da Imigração, 19, Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME)

20. Qualidade em que Aparecem os Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição Conceptual: Avalia-se se a peça é construída essencialmente numa perspectiva de vitimização ou de criminalização dos grupos ou imigrantes identificados previamente.

21. Presença e/ou Referência a Crença/Religiosidade

Definição Conceptual: Codifica-se a crença, a religião, ou a ausência delas (ateísmo/agnosticismo) apenas quando na peça é feita uma referência explícita à mesma.

22. Presença e/ou Referência a Portadores de Deficiência

Definição Conceptual: Codifica-se apenas quando na peça é feita uma referência explícita a indivíduos ou a questões relacionadas com portadores de deficiência.

23. Presença/Referência a Crianças e Jovens e Condição em que Surgem

Definição Conceptual: Codifica-se apenas quando uma peça tiver presença activa e/ou fizer referência explícita a crianças e/ou jovens. O codificador só deve assinalar a presença de crianças ou jovens nas peças quando: 1) forem protagonistas (tiverem discurso activo); 2) forem explicitamente referidos. O objectivo é identificar tanto as situações em que estes aparecem bem como a condição em que surgem enquadrados.

g) Análise de formações político-partidárias (aplicado apenas ao Operador público – RDP Antena 1)

Com a avaliação do pluralismo político-partidário pretende-se verificar de forma rigorosa e sistemática se existe tratamento jornalístico equitativo e plural das entidades envolvidas (Governo e partidos políticos) nos espaços informativos do serviço público de radiodifusão, RDP Antena 1. As peças incluídas na avaliação abrangem as seguintes categorias de protagonistas: a) Governo e partido(s) seu(s) apoiantes; b) Oposição parlamentar. Na medida em que a exclusão de partidos não representados na Assembleia da República limitaria de forma significativa o pluralismo político-partidário, considera-se que a análise também deve considerar os partidos concorrentes às últimas eleições legislativas.

1. Identificação das Formações Políticas presentes na peça (resposta múltipla)

Definição Conceptual: Esta variável de resposta múltipla tem como finalidade identificar todos os casos, dentro de uma peça, em que surge um interveniente político-partidário, ou se faz referência ao mesmo.

2. Valência/Tom face às Formações Políticas presentes na peça (resposta múltipla)

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar objectivamente se a situação contextual apresentada na peça representa uma ocorrência positiva, negativa ou neutral para o interveniente político-partidário em causa.

3. Qualidade em que aparecem as Formações Políticas

Definição Conceptual: Esta variável visa identificar a qualidade/modo de intervenção na qual o interveniente político-partidário aparece na peça.

Casos de Redefinição da Amostra face às Peças Indisponíveis no Universo em Análise

Datas	RDP Antena 1		Rádio Renascença		Rádio Comercial	
	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00	Bloco das 8h00	Bloco das 18h00
5-Jan-08	-	-	-	19H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
13-Jan-08	9H	-	-	17H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
21-Jan-08	-	-	-	19H	-	9H
06-Fev-08	-	-	-	19H	-	9H
14-Fev-08	-	-	-	19H	-	9H
22-Fev-08	-	-	-	19H	-	-
01-Mar-08	-	-	-	19H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
9-Mar-08	-	13H	-	17H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
17-Mar-08	-	-	-	19H	-	-
25-Mar-08	-	-	-	19H	-	-
02-Abr-08	-	-	-	19H	-	-
10-Abr-08	-	19H	-	19H	-	-
18-Abr-08	-	-	-	19H	-	-
26-Abr-08	-	-	-	19H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
04-Mai-08	-	13H	-	17H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
12-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
20-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
28-Mai-08	-	-	-	19H	-	-
05-Jun-08	-	-	-	19H	-	-
13-Jun-08	-	14H	-	13H	-	13H
21-Jun-08	-	-	-	19H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
29-Jun-08	-	-	-	19H	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
16-Ago-08	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
24-Ago-08	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
11-Out-08	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
19-Out-08	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
28-Nov-08	-	19H	-	-	-	-
06-Dez-08	-	-	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>
14-Dez-08	-	17H	-	-	<i>não existe</i>	<i>não existe</i>

Nota: Na ausência de algum dos blocos previstos na amostra, analisou-se o imediatamente posterior. O anterior foi incluído apenas em caso de não haver nenhum bloco posterior.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

SERVIÇO
PÚBLICO DE
RADIODIFUSÃO:
GRELHAS DE
PROGRAMAS

VOLUME III

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO: GRELHAS DE PROGRAMAS

1. Nota introdutória

1.1. Objectivos

Desde finais de Junho de 1999 que o contrato de concessão do serviço público de radiodifusão se mantém inalterado. Apesar das exigências de inovação e qualidade nos domínios programáticos e tecnológicos ali previstos, centrados numa programação agregadora e diversificada que contribua para a coesão nacional, através de promoção da criação das múltiplas expressões culturais que caracterizam o País, bem como o combate a todas as formas de exclusão se manterem actuais, a verdade é que as alterações tecnológicas, entretanto registadas, bem como o ajustamento dos respectivos conteúdos e grelhas de programação às novas plataformas de distribuição e a preocupação já demonstrada pelos organismos internacionais na reflexão sobre a missão do serviço público de radiodifusão na sociedade de informação, são motivos suficientes para uma nova abordagem ao referido contrato de concessão.

A Recomendação CM/Rec (2007)3, adoptada pelo Comité de Ministros do Conselho da Europa em 31 de Janeiro de 2007, sobre a missão do serviço público de média na sociedade de informação, introduz nos seus considerandos um conjunto de reflexões destinadas a sensibilizar os Estados membros para a necessidade de manterem vivo o carácter e a eficácia do serviço público de radiodifusão.

Na referida Recomendação, o Comité de Ministros faz notar que as gerações mais novas aproximam-se dos novos média para satisfação das suas necessidades de comunicação e informação, relegando para segundo plano os meios tradicionais. E acrescenta que a inclusão de novos média na missão de serviço público assume uma relevância particular. Daí sugerir aos Estados membros a inclusão, na sua regulação, de disposições específicas para a missão de serviço público que permitam aos média, oferecidos pelo serviço público, a exploração do potencial tecnológico.

É nesta perspectiva que o Conselho Regulador considera o novo serviço de programas de rádio do operador público - Rádio Lusitânia – distribuído por duas novas plataformas: net e cabo.

Tal como em 2007, neste Relatório, atenderam-se às obrigações expressas nas cláusulas 6ª, (sobre produção e emissão de programas) e 7ª (acções a desenvolver em matéria de programação) do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão.

1.2. Critérios e metodologia

No sentido de apurar a diversidade e evolução programática dos serviços de programas das Antenas 1, 2, 3 e ainda da RDP Internacional, e a sua evolução relativamente a 2007, foram cotejadas as grelhas de programas em vigor no final de 2007 e no final de 2008, respectivamente. Seguindo o mesmo princípio do ano anterior, com base nas grelhas tipo e na informação fornecida pelo operador, procedeu-se ao apuramento percentual de programação informativa e não informativa.

O operador público organiza a programação em duas grandes áreas: informativa e não informativa. A programação informativa consta de noticiários; debates e programas especiais; relatos desportivos,

debates de desporto e informação desportiva. A programação não informativa, por seu lado, encontra-se dividida em quatro áreas: divulgação musical, onde são inseridos todos os programas cujo conteúdo assenta, principalmente, na divulgação e alinhamento musicais; programas de palavra, que incluem todos os programas cujo enfoque não é a música e onde se inscrevem os programas sobre ciência ou cultura, qualquer que seja o formato; continuidade, onde se agrupam as ligações, as pequenas informações (tempo, trânsito, etc.), as autopromoções da estação e outras de carácter institucional, bem como rubricas que não tem espaço autónomo e fixo na estrutura da grelha de programação; e, finalmente, os programas institucionais, como os religiosos e do provedor.

As percentagens são calculadas com base numa semana de emissão (10.080 minutos) e projectadas para o ano (8 784 horas de emissão nos 366 dias de 2008) de cada um dos serviços de programas.

2. Programação do Serviço Público de Radiodifusão

2.1. Antena 1

Comparando as grelhas de programação em vigor em Dezembro de 2007 e 2008, verifica-se que a programação mantém, de segunda a sexta-feira, o conceito de programação horizontal – o mesmo programa à mesma hora ao longo da semana – a partir das 03h00 até às 02h00, sendo a faixa das 02h00 às 03h00 preenchida diariamente com repetições de alguns dos programas que completam a grelha ao longo do dia (Visão Global, Grandes Adeptos e Alma Lusa) e ainda com a edição dos programas Classe 70, este com presença também ao sábado à tarde, e Vozes da Lusofonia.

Refira-se que a grelha de programas aqui reproduzida não inclui os espaços informativos diários de hora a hora, os blocos de informação desportiva diária nem os pequenos formatos que, abordando as mais diversas temáticas, são distribuídos pelos painéis alargados de emissão, nomeadamente, pela Manhã A1, Tarde A1 e Noite A1.

Tal como a grelha de 2007, manteve-se a lógica da programação horizontal aos dias de semana, sendo os fins-de-semana dedicados a programas temáticos mais longos aos que compõem os pequenos formatos de música e palavra.

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo							
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Jorge Afonso				NOVO Paixões Cruzadas A. Macedo e A. Cartaxo	Ondas Luisianas Luís Filipe Barros	00:00						
01:00	Lugar ao Sul Rafael Correia										01:00			
02:00	Visão global (REP) Ricardo Alexandre	Grandes Adeptos - Substitui "Novos Artistas da Bola" Tiago Alves	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Classe 70 Luís Filipe Barros	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso	02:00						
03:00	Madrugada A1 António Rolão e Gil Veloso								03:00					
04:00								04:00						
05:00						Cinemax Tiago Alves	1001 Escolhas Madalena Balça	05:00						
06:00	Bruno Pereira					Viva à Música (REP) A. Carvalhêda	Musical A1	06:00						
07:00	Manhã A1 António Macedo					Musical A1	Toda a gente é pessoa Sérgio Mira	07:00						
08:00												Eucaristia Dominical	08:00	
09:00						Lugar ao Sul Rafael Correia	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas	09:00						
10:00					NOVO Entrevista Marta Flor Pedrosa	1001 Escolhas Madalena Balça	O amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Inês Menezes	10:00						
11:00	Antena aberta Eduarda Maio					Um café e uma torrada Alvaro Costa	Pedro Rolo Duarte	11:00						
12:00	Manhã A1 - 2ª parte Augusto Fernandes					Musical A1	Visão Global Ricardo Alexandre	12:00						
13:00	Portugal em directo					Em Nome do Ouvinte NOVO - Click Catarina Lázaro e/Univ. de Aveiro	Seleção Nacional Filomena Crespo	13:00						
14:00	Tarde A1 Filomena Crespo			Tarde A1 Filomena Crespo	Tarde A1 Filomena Crespo	Os dias do futuro Edgar Canelas	Viva à Música (REP) A. Carvalhêda	14:00						
15:00				Viva à Música A. Carvalhêda		Caixa de música Augusto Fernandes		15:00						
16:00	NOVO: Vidas Que Contam Ana Aranha								16:00					
17:00	Tarde A1 - 2ª parte Paulo Rocha				Em Nome do Ouvinte (Preg. Provedor)	Classe 70 Luís Filipe Barros	Especial Desporto Super Liga e Liga de Horra/ Musical A1	17:00						
18:00						Cinemax Tiago Alves		18:00						
19:00	Grandes Adeptos - Substitui "Novos Artistas da Bola" Tiago Alves				NOVO - O Esplendor de Portugal - Rui Pêgo	Contraditório Ana Sá Lopes, Luís Delgado, Carlos Magno e João B.		19:00						
20:00	Noite A1 Rui Santos					Musical A1/ Desporto		20:00						
21:00														21:00
22:00														22:00
23:00	Musical A1	Alma nostra Carlos Magno e Carlos Amaral Dias	Escrita em dia F. José Viegas	Cinemax Tiago Alves	NOVO Vidas Que Contam Ana Aranha		A menina dança? José Duarte	23:00						

Em 2008, foram introduzidos quatro novos programas. A saber: Vidas que contam, com Ana Aranha; O Esplendor de Portugal, com Rui Pêgo; Paixões Cruzadas, com António Macedo e António Cartaxo Click da Universidade de Aveiro com Catarina Lázaro.

Em relação a 2007, estes novos programas, acrescentaram um espaço ao comentário da actualidade – Esplendor de Portugal - preenchido com temas de actualidade debatidos por um conjunto de residentes estrangeiros em Portugal. A divulgação científica continua a ter um espaço na grelha com o novo formato, Click. Dirigido ao confronto entre a música dita erudita a música popular está o

programa Paixões Cruzadas e, finalmente, Vidas Que Contam dedicado à divulgação da vida e obra de grandes portugueses.

2.1.1. Diversidade de programação

Segundo dados fornecidos pelo operador a programação não informativa, em 2008, preencheu 64,2% do total da emissão (5 639 horas) e a programação informativa 35,8% (3 145 horas).

FIG. 1 Percentagem de programação informativa vs não informativa na totalidade da emissão



Fonte: RTP

Relativamente a 2007, a nova grelha de programação registou um reforço da programação informativa em 4,8%, passando de 31% para 35,8%.

Esse reforço da informação sintetiza-se nos programas e rubricas de informação referidos na seguinte figura:

FIG. 2 Percentagem das diferentes tipologias de Programas de Informação – 2008

Programas informativos	
Noticiários	17,85%
Debates e programas especiais de informação	6,74%
Relatos desportivos	5,36%
Debates de desporto e informação desportiva	5,85%

Fonte: RTP

Como se pode observar, 11,2% da programação informativa do operador público foi dedicada à informação desportiva com 5,36% de relatos (471 horas) e 5,85% (514 horas) com debates.

Agrupando a programação não informativa em quatro grandes áreas – alinhamento musical e divulgação musical, programas de palavra, continuidade e institucionais –, verifica-se que cerca de me-

tade dos programas não informativos são dedicados à divulgação e alinhamento musical, programas cujo conteúdo base é a música.

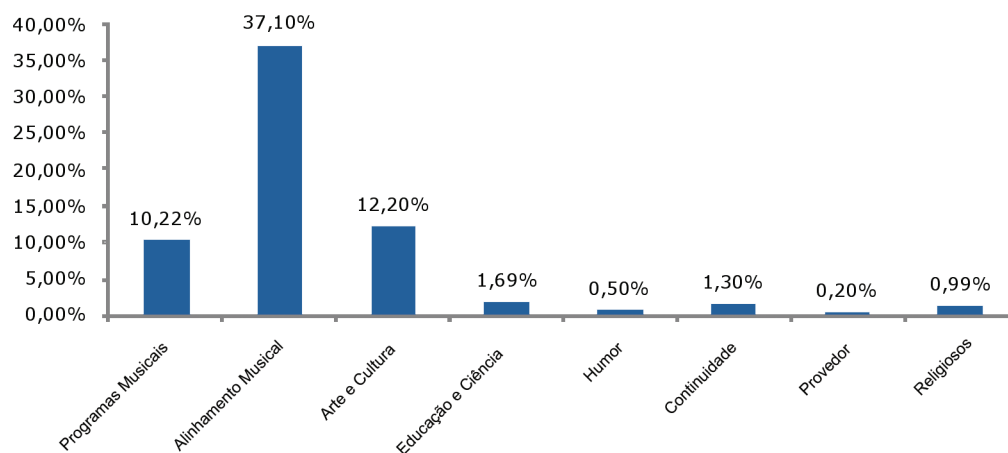
FIG. 3 Distribuição percentual dos programas não informativos

Programas não informativos	
Divulgação musical e alinhamento musical	47,30%
Programas de palavra	14,40%
Continuidade	1,30%
Institucionais	1,20%

Fonte: RTP

Contudo, um olhar mais preciso sobre os diferentes temas da programação não informativa do primeiro serviço de programas do operador público de radiodifusão sonora permite uma avaliação mais detalhada da diversidade de programação.

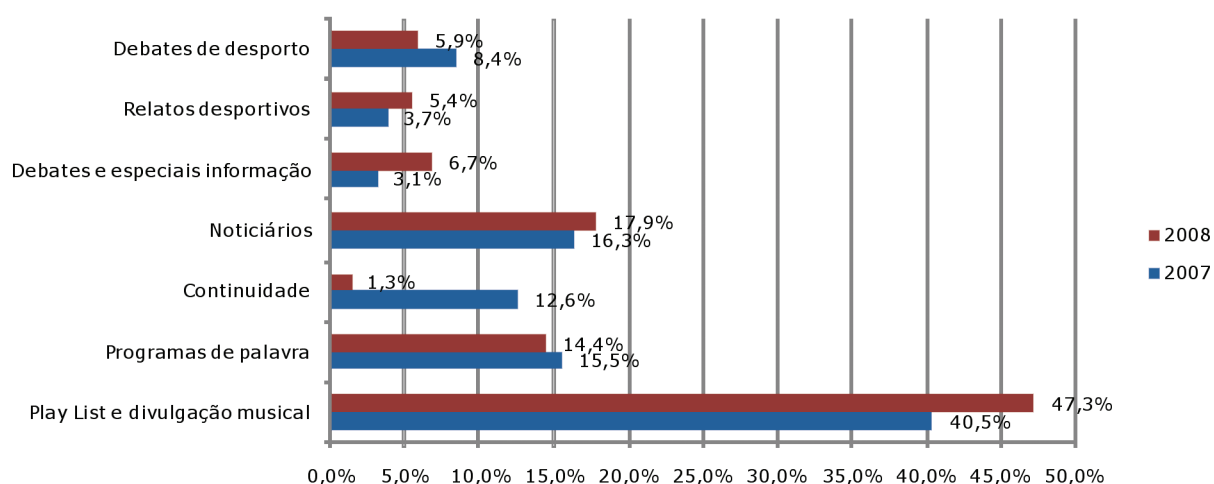
FIG. 4 Distribuição percentual dos programas não informativos



Fonte: RTP

Importa agora estabelecer a relação percentual entre as mesmas rubricas emitidas em 2007 e 2008, no sentido de se avaliar a evolução e impacto das alterações resultantes da implementação da nova grelha de programação.

FIG. 5 Comparação entre os valores alcançados em 2007 e 2008



Fonte: RTP e Relatório ERC 2007

Resulta dos dados que, em 2008, houve um aumento significativo, cerca de 7%, nos programas dedicados à divulgação musical. Também os debates de informação conheceram um aumento, ainda que ligeiro, de mais de 3%. Por outro lado, verificou-se uma redução nos debates desportivos (1,7%), bem como nos programas de palavra (1%).

2.1.2. Quotas de música em língua portuguesa

O artigo 44º-B da Lei da Rádio, aditado pela Lei n.º 7/2006, de 3 de Março, refere que o primeiro serviço de programas do concessionário de serviço público está obrigado à emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.

Assim, no decurso do ano 2008, o apuramento das quotas decorrente da monitorização anual realizada pela ERC registou os seguintes dados:

A) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão.

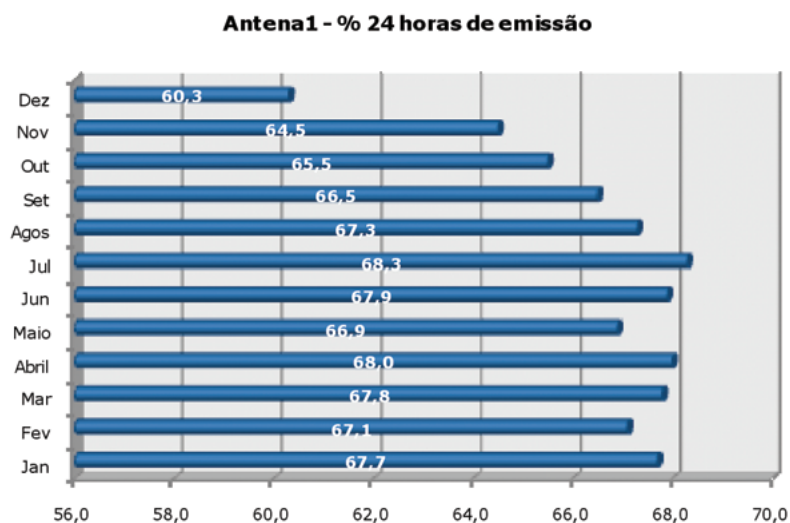
FIG. 6 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 nas 24 horas de emissão

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	67,7	67,1	67,8	68,0	66,9	67,9	67,6	68,3	67,3	66,5	65,5	64,5	60,3	65,4

ERC

Independentemente do cumprimento da quota estabelecida, a verdade é que se verificou, no primeiro programa do operador público de rádio, uma redução de mais de 2% na emissão de música portuguesa entre os primeiro e segundo semestres.

FIG. 7 Percentagem de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão



Fonte: ERC

B) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música portuguesa apurada no período entre as 7h e as 20h.

Neste período, verificou-se, ainda que muito ligeiro, um movimento inverso ao registado nas 24 horas de emissão, podendo concluir-se que houve preocupação de manter níveis de cumprimento acima do exigido por lei no horário em que se regista maior audiência.

FIG. 8 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 entre as 07horas e as 20horas

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Maio	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	73,6	73,8	76,7	75,1	77,1	79	75,9	77,7	77,2	76,7	78,7	80,7	80,4	78,6

Fonte: ERC

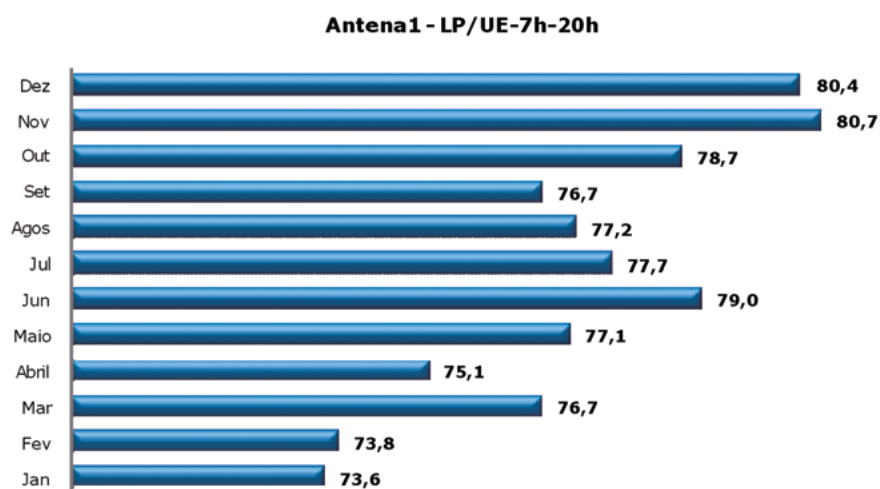
C) Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia

FIG. 9 Evolução entre os primeiro e segundo semestres de 2008 de música composta por cidadãos da UE

Operador	Jan	Fev	Mar	Abril	Maio	Jun	Média 1º semestre	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez	Média 2º semestre
Antena1	73,6	73,8	76,7	75,1	77,1	79	75,9	77,7	77,2	76,7	78,7	80,7	80,4	78,6

Fonte: ERC

Neste domínio, houve, igualmente, um reforço, ainda que reduzido, no segundo semestre de música de intérpretes nacionais. Neste caso não se contabilizam os temas em língua portuguesa, interpretados por cidadãos oriundos de outros países não pertencentes à União Europeia.

FIG. 10 Temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da União Europeia no período entre as 7 horas e as 20horas

Fonte: ERC

Assim, no que respeita ao serviço de programas Antena 1, do operador RTP, verificou-se, ao longo do ano, a difusão de uma percentagem superior a 60% de música portuguesa, nas 24 horas de emissão.

Também no decorrer do ano e no que concerne ao período específico das 07h às 20h, esta obrigação foi cumprida, registando-se valores superiores face aos do total da emissão.

No que respeita à obrigatoriedade de difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, também se verificaram percentagens que ultrapassam largamente os 60% referidos na lei, situando-se entre os 70% e os 80%.

2.1.3. Síntese conclusiva

A programação do primeiro serviço de programas do operador de serviço público - Antena 1- manteve os níveis de diversidade verificados em 2007, registando um ligeiro aumento na área dos programas de informação não diária e na divulgação musical, bem como o cumprimento das quotas de música portuguesa, específicas para este serviço de programas.

2.2. Antena 2

Em 2008, a grelha de programas da Antena 2 conheceu uma alteração significativa, no modelo de programação, nomeadamente, nos períodos entre as 10 e as 13 horas e entre as 14 e as 20 horas. Nas manhãs, desapareceram os programas que preenchiam a faixa 12/13 horas, constituída por cinco programas diferentes, surgindo um novo espaço, Boulevard, cujo conteúdo musical vai da música barroca à moderna. No período da tarde, registou-se, igualmente, uma alteração à lógica de programação seguida até então, ao preferir-se um único programa de segunda a sexta feira das 14 às 17 horas - Vibrato que assenta num alinhamento musical que vai da música antiga ao classicismo – outro entre as 17 e as 20 horas - Baile de Máscaras, programa musical pontuado com entrevistas de actualidade cultural e ainda a transmissão de um Concerto Aberto, preenchido com um espectáculo musical de curta duração.

Como se pode verificar pela grelha de emissão que aqui se reproduz e onde os novos títulos se encontram assinalados, foram ainda introduzidos seis novos programas com emissões semanais. A saber: Os nós e os laços - programa de música com entrevistas curtas, tentando relacionar a música com as restantes artes; Música em Si - programa acerca dos contrastes entre diversos estilos, épocas e regiões da música; Véu diáfano – espaço semanal sobre a evolução dos géneros musicais ao longo da história; Memória - programa em torno de concertos guardados em arquivo; e Aqui Jazz” - programa de jazz contemporâneo.

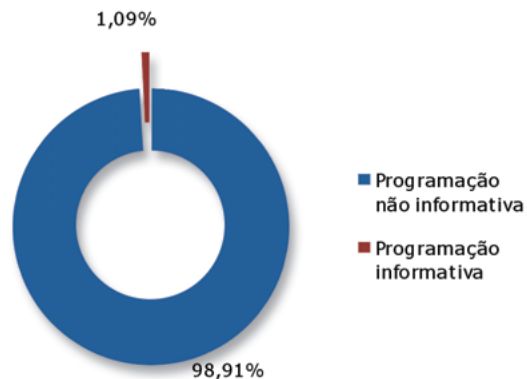
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	Vias de facto Paulo Somsen	Raizes - Inês Almeida					Fuga da arte Ricardo Saló	00:00
01:00	Música contemporânea Pedro Coelho							01:00
02:00	Madrugada							02:00
03:00								03:00
04:00								04:00
05:00								05:00
06:00								06:00
07:00	Império dos sentidos Paulo Alves Guerra					NOVO - Os nós e os laços Judite Lima		07:00
08:00						08:00		
09:00						09:00		
10:00	NOVO - Boulevard André Pinto					Calendoscópio 1	Calendoscópio 2	10:00
11:00						11:00		
12:00						12:00		
13:00						13:00		
13:00	Questões de moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	NOVO - Vêu diáfano Pedro Amaral	5ª Essência João Almeida	NOVO - Memória Reinaldo Francisco	Cosmorama - Ana Talles e Alexandre Branco	13:00
14:00	NOVO - Vibrato Pedro Rafael Costa					Música aeterna João Chambers	Descobertas Maria Augusta Gonçalves	14:00
15:00						15:00		
16:00						16:00		
17:00	NOVO - Baile de máscaras Ana Daniela Soares					A força das coisas Luís Caetano	A prata da casa António Ferreira	17:00
18:00						18:00		
19:00						19:00		
20:00	Jazz com brancas José Duarte					Mezza-voce André Cunha Leal	Páginas de português José Mário Costa	20:10
21:00	Grande auditório Susana Valeinte e Mafalda Ferreira						Programa do provedor	21:00
22:00							22:00	
23:00	Questões de moral Joel Costa	Em sintonia António Cartaxo	A propósito da música Alexandre Delgado	NOVO - Vêu diáfano Pedro Amaral	5ª Essência João Almeida	NOVO - Aqui Jazz José Navarro de Andrade	Um toque de jazz Manuel Jorge Veloso	23:00

Nota: Os espaços cinzentos assinalam alterações de horário a programas já existentes; os azuis assinalam novos programas.

2.2.1. Diversidade de programação

Pela figura abaixo reproduzida, verificamos que a proporção entre a programação informativa (96 horas) e a não informativa (8688 horas) caracteriza o segundo serviço de programas de rádio do operador público, como um serviço, fundamentalmente, orientado para a música.

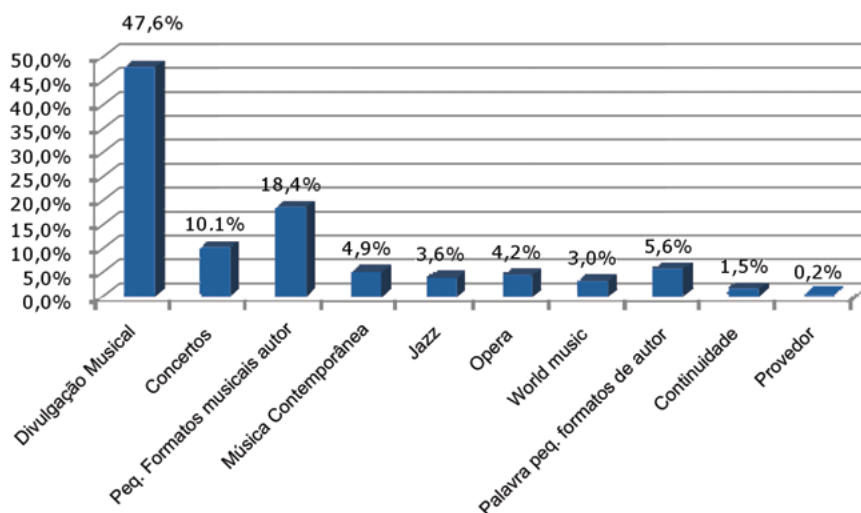
FIG. 11 Relação percentual entre a programação informativa e não informativa



Fonte: RTP

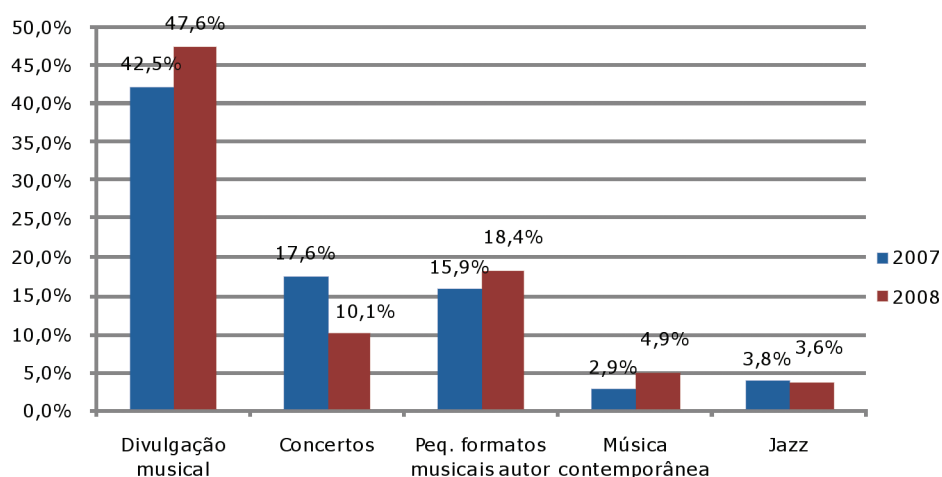
Comparativamente a 2007, no total da emissão, verificou-se uma descida dos espaços informativos em cerca de 1% (de 2,03% para 1,09%), em 2008. Note-se que tais espaços de emissão na Antena 2 estão circunscritos a cinco noticiários com durações médias entre os 4 e os 7 minutos.

Por outro lado, no domínio da diversidade programática importa conhecer como se encontram percentualmente distribuídas as diversas tipologias de conteúdos, bem como a evolução registada entre 2007 e 2008. A figura que se segue, tendo como base os dados fornecidos pelo operador, permite verificar que a divulgação musical (47,62%) constitui a maior fatia da programação não informativa da Antena 2.

FIG. 12 Distribuição percentual dos géneros não informativos em 2008

Fonte: RTP

Tendo em conta os dados apurados no Relatório de 2008, é possível comparar os diferentes géneros de programação entre os anos de 2007 e 2008, nos cinco mais significativos. Esta comparabilidade permite constatar o resultado da alteração do modelo de programação registado em 2008.

FIG. 13 Dados comparativos da programação não informativa 2007-2008 – Antena 2

Fonte: RTP e Relatório ERC 2008

De notar que os programas de divulgação musical cresceram significativamente, bem como os pequenos formatos de autor e os programas dedicados à música contemporânea, tendo a transmissão de concertos descido mais de 7%. Por outro lado, em 2008, há que assinalar a inclusão da ópera como elemento individual de análise, desagregado da divulgação musical, com mais de 4% do tempo dedicado aos programas não informativos.

2.2.2. Síntese conclusiva

Em 2008 a Antena 2 reorientou a sua programação para grandes painéis de programação, numa lógica semelhante à praticada por outros serviços de programas. Assiste-se, assim, à introdução, nos grandes espaços de programação, de alinhamentos musicais e de pequenas rubricas sobre as mais diversas matérias relacionadas com a missão daquele serviço de programas.

Se, por um lado, a alteração introduzida à programação de segunda a sexta feira, confere mais estabilidade aos conteúdos e uma lógica mais actual ao modelo de programação, por outro, reduz a presença em antena de projectos individualizados que, apesar de fazerem parte do edifício da diversidade programática, a sua inserção semanal na emissão, num horário específico, tem mais dificuldades na fidelização do auditório. Contudo, a diversidade temática está garantida não só ao fim-de-semana, mas também diariamente, entre as 12 e as 13 horas e entre as 23 e as 24 horas, com faixas horárias dedicadas aos mais diversos temas.

Os dados apurados, reflectidos nas figuras anteriores, permitem concluir que, em 2008, se mantiveram os níveis de diversidade da programação verificados em 2007.

Este serviço de programas, devido à especificidade dos seus conteúdos musicais, não está sujeito ao cumprimento de quotas de música portuguesa.

2.3. Antena 3

O terceiro serviço de programas de radiodifusão do operador público é dirigido, especificamente, a um auditório mais jovem, e foi concebido para que “que tenha em conta a atitude crítica das novas gerações face à realidade envolvente e vá ao encontro das suas aspirações e interesses, reflectindo o seu estilo de vida e promovendo ideias ou projectos que estimulem a sua participação na sociedade”, tal como estipula a alínea a.3) da Cláusula 6 do Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão.

À semelhança dos outros serviços de programas do operador público, também a Antena 3, procedeu a alterações à sua grelha de emissão em 2008. As alterações introduzidas em 2008 encontram-se assinaladas no mapa de programação aqui reproduzido.

Grelha de programação



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	
00:00	NOVO - Planeta 3 - Raquel Bulha	Indiegente Nuno Calado				Caixa de Ritmos Nuno Reis	Caixa de Ritmos Nuno Reis	00:00
01:00	NOVO - Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Alta Tensão António Freitas				Sub-grave DJ Nuno Miguel	DJ Vibe	01:00
02:00		Antena 3 Dance Club Rui Estevão				Batida! DJ M'pula	MQ3 Mix DJ Miguel Quintão	02:00
03:00	Portugália Henrique Amaro				Rui Vargas	Hip Hop Mix Dynamic Duo	NOVO - Arritmia- Rui Estevão	03:00
04:00	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Coyote Pedro Costa	M Mónica Mendes	Música Enrolada Rádio Fazuma		DJ Guga	DJ The Fox	04:00
05:00	Nuno & Nando - Alvim e Markl				Prova oral Fernando Alvim	Última Dança Nuno Reis	Última Dança Nuno Reis	05:00
06:00	Manhãs da 3 José Mariño, Nuno Markl e Cláudia Semedo				Rui Vargas	Última Dança Nuno Reis	Última Dança Nuno Reis	06:00
07:00	NOVO - Luis Oliveira					Ambientasons DJ Nuno Miguel	NOVO - Ambientasons DJ Nuno Miguel	07:00
08:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Borda D'Água Raquel Bulha	Cinemax Tiago Alves	08:00
09:00	NOVO - Ana Galvão					Nuno & Nando Fernando Alvim e Nuno Markl	NOVO - Costa a Costa Pedro Costa	09:00
10:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Discos Pedidos Cláudia Semedo	Antena 3 Apresenta	10:00
11:00	NOVO - Ana Galvão					Terminal 3 R.SérgioG Castro	NOVO - Música sem Filme	11:00
12:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Indice A3 30 Ana Galvão	NOVO - Matiné-Luis Oliveira	12:00
13:00	NOVO - Ana Galvão					Indiegente Nuno Calado	Portugália Henrique Amaro	13:00
14:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Música Enrolada Família Fazuma	NOVO - M - Mónica Mendes	14:00
15:00	NOVO - Ana Galvão					Conversa de Reparigas	NOVO - M - Mónica Mendes	15:00
16:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Programa do Provedor	NOVO - M - Mónica Mendes	16:00
17:00	NOVO - Ana Galvão					Bons Rapazes Álvaro Costa e Miguel Quintão	NOVO - M - Mónica Mendes	17:00
18:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	Portugália Henrique Amaro	NOVO - M - Mónica Mendes	18:00
19:00	NOVO - Ana Galvão					Portugália Henrique Amaro	NOVO - M - Mónica Mendes	19:00
20:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	NOVO - M - Mónica Mendes	NOVO - M - Mónica Mendes	20:00
21:00	NOVO - Ana Galvão					NOVO - M - Mónica Mendes	NOVO - M - Mónica Mendes	21:00
22:00	NOVO - Ana Galvão				Rui Vargas	NOVO - M - Mónica Mendes	NOVO - M - Mónica Mendes	22:00
23:00	NOVO - Ana Galvão					NOVO - M - Mónica Mendes	NOVO - M - Mónica Mendes	23:00

Dos novos programas, entre outros, destacam-se: Planeta 3, preenchido com música do mundo; Rimas e Batidas, que pretende ser uma viagem semanal pelo universo do hip hop, clássico e moderno, nacional e internacional; Indiegente uma incursão pelos temas alternativos; Costa a Costa, percorre a música norte-americana, do Atlântico ao Pacífico; e ainda Música sem Filme, dirigido aos cinéfilos e apreciadores de bandas sonoras.

2.3.1. Diversidade da programação

Dirigida a um público específico, a programação da Antena 3 pretende cobrir diversas áreas musicais, da chamada world music ao hip hop, passando pelos temas que constituem o designado mainstream, pontuando a emissão com uma animação irreverente, onde o humor tem uma presença significativa. Os pequenos espaços de palavra são orientados para temas de interesse das gerações mais jovens.

A programação da Antena 3 é, fundamentalmente musical, com 97,92% da emissão, sendo a informação, à semelhança da Antena 2, residual (2,08%).

A diversidade da programação não informativa da Antena 3 encontra-se agrupada em quatro grandes áreas: divulgação musical; programas e pequenos formatos de palavra - autor; institucionais; e, finalmente os espaços de continuidade. A repartição percentual é a seguinte:

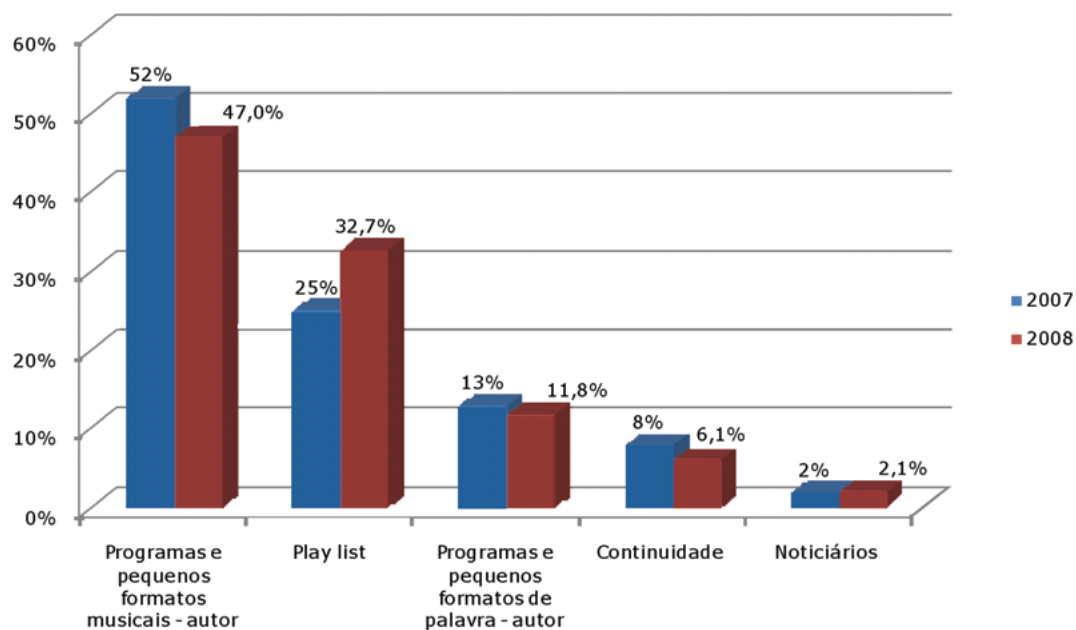
FIG. 14 Distribuição percentual da programação não informativa

Programação não informativa	
Divulgação musical	79,76%
Programas e pequenos formatos de palavra	11,84%
Continuidade	6,12%
Institucionais	0,20%

Fonte: RTP

Dos 79,76% preenchidos pela divulgação musical, os programas e pequenos formatos musicais de autor ocupam 47,02% e o alinhamento musical 32,74%.

Importa, contudo, analisar a evolução registada na grelha nos anos de 2007 e 2008:

FIG. 15 Dados comparativos da programação não informativa 2007-2008 – Antena 3

Fonte: RTP

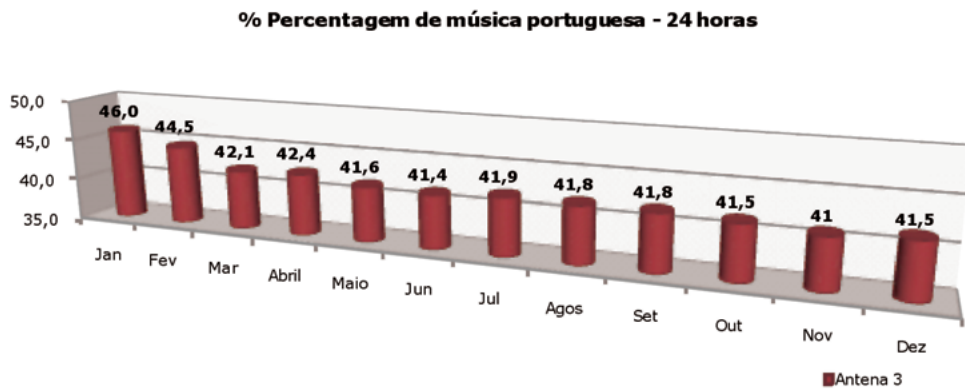
Verificou-se uma redução nos programas e pequenos formatos de música e palavra, 5% e 2%, respectivamente, bem como nos programas de continuidade, por contraposição ao aumento significativo, 12%, de programas musicais de play-list. Os conteúdos informativos mantiveram-se nos níveis de 2007.

2.3.2 Quotas de música em língua portuguesa

A percentagem exigida para o terceiro serviço de programas – Antena 3 – é igual à dos restantes operadores, ou seja, de 25% de quota mínima de música portuguesa, devendo esta obedecer à sub quota de 60% preenchida por temas em língua portuguesa interpretadas por cidadãos dos Estados membros da União Europeia.

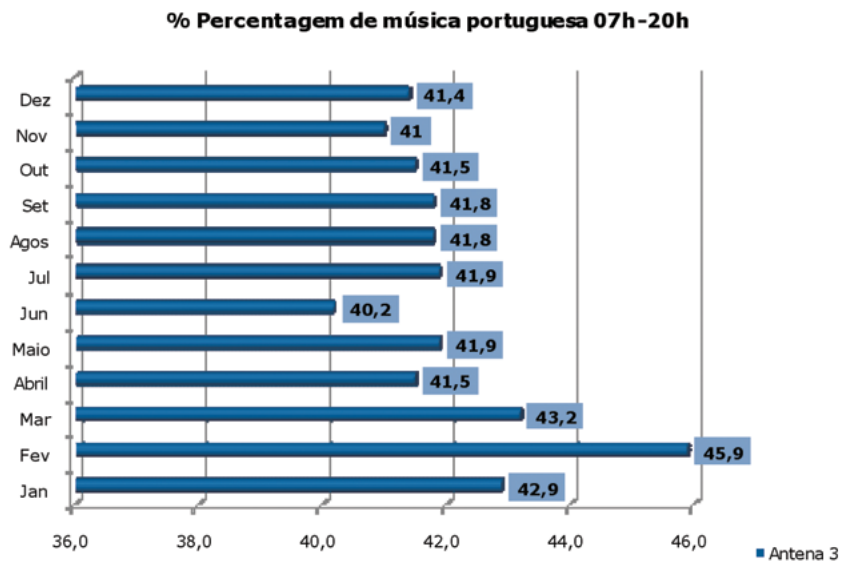
Foram assim registados os seguintes apuramentos para esta estação:

FIG. 16 Emissão de uma percentagem não inferior a 25% de música portuguesa apurada nas 24 horas de emissão



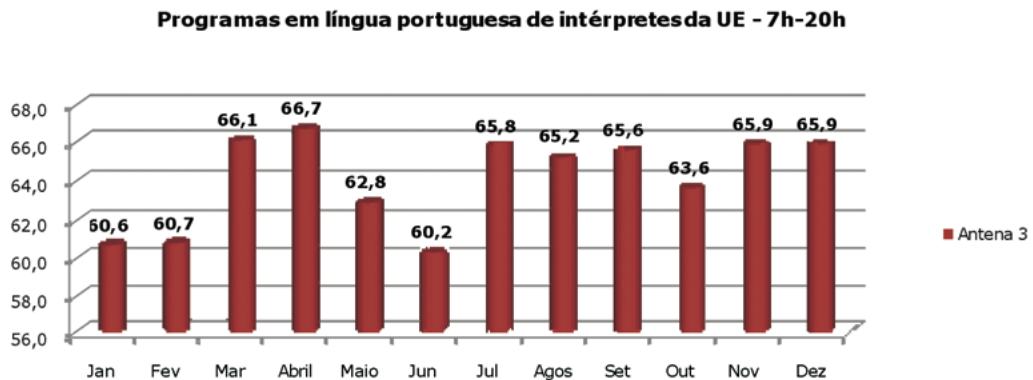
Fonte: ERC

FIG. 17 Emissão de uma percentagem não inferior a 25% de música portuguesa apurada no período entre as 7horas e as 20horas



Fonte: ERC

FIG. 18 Emissão de uma percentagem não inferior a 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, no período entre as 7horas e as 20horas



Fonte: ERC

2.3.3. Síntese conclusiva

Em 2008, a Antena 3 reforçou os programas de música, assentes nas play-list fixadas, e reduziu a intervenção em Antena de programas de autoria, cujo contributo, em qualquer programação reforça a diversidade dos conteúdos. Tal como em 2008, a contribuição da informação foi residual – 2% do total da emissão –, questionando-se se a inclusão de mais informação, formalmente ajustada ao público-alvo, não concorreria para a valorização e formação dos jovens, objectivo expresso na alínea b) do n.º 1 do art.º 47º da Lei da Rádio.

Conforme se pode observar, a Antena 3 difundiu uma média acima de 40% de temas portugueses, tanto nas 24 horas de emissão como no período compreendido entre as 7 e as 20horas.

Também as difusões musicais em língua portuguesa foram superiores a 60%, verificando-se um aumento e estabilização de valores, na ordem dos 65 valores percentuais, a partir do 2º semestre de 2008.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008



IMPRENSA

VOLUME III



VERIFICAÇÃO
DO CUMPRIMENTO
DOS REQUISITOS
DO ARTIGO 15º DA
LEI DA IMPRENSA:
FICHA TÉCNICA DAS
PUBLICAÇÕES

VOLUME III

IMPRENSA

Verificação do cumprimento do Artigo 15º da Lei de Imprensa: Ficha Técnica das publicações¹

Requisitos do Artigo 15º

a) Nota introdutória

Este capítulo apresenta o resultado da verificação do cumprimento dos princípios constantes do artigo 15º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro), a partir da análise dos jornais diários e semanários e das revistas semanais generalistas, ao longo de 2008.

De acordo com o estipulado naquele artigo:

“1 - As publicações periódicas devem conter, na primeira página de cada edição, o título, a data, o período de tempo a que respeitam, o nome do director e o preço por unidade ou a menção da sua gratuitidade.

2 - As publicações periódicas devem conter ainda, em página predominantemente preenchida com materiais informativos, o número de registo do título, o nome, a firma ou denominação social do proprietário, o número de registo de pessoa colectiva, os nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares e dos detentores com mais de 10% do capital da empresa, o domicílio ou a sede do editor, impressor e da redacção, bem como a tiragem².

3 - As publicações não periódicas devem conter a menção do autor, do editor, do número de exemplares da respectiva edição, do domicílio ou sede do impressor, bem como da data de impressão.

4 - Nas publicações periódicas que assumam a forma de revista não é obrigatória a menção do nome do director na primeira página.”

b) Definição da amostra

A monitorização do cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa incidiu sobre os jornais diários, os semanários e sobre as revistas generalistas, e abrangeu os meses de Janeiro a Dezembro de 2008. Foi seleccionada uma amostra de 125 edições de jornais diários, 52 edições de semanários e 78³ edições de revistas semanais generalistas. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

1 Cfr. Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro.

O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira.

2 Tiragem - Total de exemplares impressos de uma edição, com excepção dos defeituosos e ou incompletos. (in sítio institucional da APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação) < <http://www.apct.pt/generaltextoA.aspx?clocalid=7&indice=1.7> > (Maio de 2009).

3 A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

A análise incidiu apenas sobre o conteúdo manifesto da unidade de análise (neste caso, a publicação). Os indicadores foram definidos com o objectivo de verificar o cumprimento daquelas normas aplicáveis à imprensa.

O erro amostral para cada publicação e a definição dos indicadores encontram-se no Anexo II do Volume III.

Esta amostra inaugura a análise das obrigações definidas pelo artigo 15º da Lei de Imprensa.

c) Caracterização geral e composição da amostra

FIG.1 Composição da amostra dos jornais diários

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
2-Jan-08	Quarta	Janeiro	Todos os diários
17-Jan-08	Quinta	Janeiro	Todos os diários
1-Fev-08	Sexta	Fevereiro	Todos os diários
16-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Todos os diários
2-Mar-08	Domingo	Março	Todos os diários
17-Mar-08	Segunda	Março	Todos os diários
1-Abr-08	Terça	Abril	Todos os diários
16-Abr-08	Quarta	Abril	Todos os diários
1-Mai-08	Quinta	Maio	Todos os diários
16-Mai-08	Sexta	Maio	Todos os diários
31-Mai-08	Sábado	Maio	Todos os diários
15-Jun-08	Domingo	Junho	Todos os diários
30-Jun-08	Segunda	Junho	Todos os diários
15-Jul-08	Terça	Julho	Todos os diários
30-Jul-08	Quarta	Julho	Todos os diários
14-Ago-08	Quinta	Agosto	Todos os diários
29-Ago-08	Sexta	Agosto	Todos os diários
13-Set-08	Sábado	Setembro	Todos os diários
28-Set-08	Domingo	Setembro	Todos os diários
13-Out-08	Segunda	Outubro	Todos os diários
28-Out-08	Terça	Outubro	Todos os diários
12-Nov-08	Quarta	Novembro	Todos os diários
27-Nov-08	Quinta	Novembro	Todos os diários
12-Dez-08	Sexta	Dezembro	Todos os diários
27-Dez-08	Sábado	Dezembro	Todos os diários

Jornais diários analisados: 24horas, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público.

FIG.2 Composição da amostra dos *jornais semanários*

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
5-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
19-Jan-08	Sábado	Janeiro	Expresso e Sol
2-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
16-Fev-08	Sábado	Fevereiro	Expresso e Sol
1-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
15-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
29-Mar-08	Sábado	Março	Expresso e Sol
12-Abr-08	Sábado	Abril	Expresso e Sol
26-Abr-08	Sábado	Abril	Expresso e Sol
10-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
24-Mai-08	Sábado	Maio	Expresso e Sol
7-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
21-Jun-08	Sábado	Junho	Expresso e Sol
5-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
19-Jul-08	Sábado	Julho	Expresso e Sol
2-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
16-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
30-Ago-08	Sábado	Agosto	Expresso e Sol
13-Set-08	Sábado	Setembro	Expresso e Sol
27-Set-08	Sábado	Setembro	Expresso e Sol
11-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
25-Out-08	Sábado	Outubro	Expresso e Sol
8-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
22-Nov-08	Sábado	Novembro	Expresso e Sol
6-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol
20-Dez-08	Sábado	Dezembro	Expresso e Sol

Jornais semanários analisados: Expresso e Sol Todos os Sábados (doravante, Sol)

FIG.3 Composição da amostra das revistas semanais

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
3-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
17-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
31-Jan-08	Quinta	Janeiro	Sábado e Visão
14-Fev-08	Quinta	Fevereiro	Sábado e Visão
28-Fev-08	Quinta	Fevereiro	Sábado e Visão
13-Mar-08	Quinta	Março	Sábado e Visão
27-Mar-08	Quinta	Março	Sábado e Visão
10-Abr-08	Quinta	Abril	Sábado e Visão
24-Abr-08	Quinta	Abril	Sábado e Visão
8-Mai-08	Quinta	Maio	Sábado e Visão
22-Mai-08	Quinta	Maio	Sábado e Visão
5-Jun-08	Quinta	Junho	Sábado e Visão
19-Jun-08	Quinta	Junho	Sábado e Visão
3-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
17-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
31-Jul-08	Quinta	Julho	Sábado e Visão
14-Ago-08	Quinta	Agosto	Sábado e Visão
28-Ago-08	Quinta	Agosto	Sábado e Visão
11-Set-08	Quinta	Setembro	Sábado e Visão
25-Set-08	Quinta	Setembro	Sábado e Visão
9-Out-08	Quinta	Outubro	Sábado e Visão
23-Out-08	Quinta	Outubro	Sábado e Visão
6-Nov-08	Quinta	Novembro	Sábado e Visão
20-Nov-08	Quinta	Novembro	Sábado e Visão
4-Dez-08	Quinta	Dezembro	Sábado e Visão
18-Dez-08	Quinta	Dezembro	Sábado e Visão

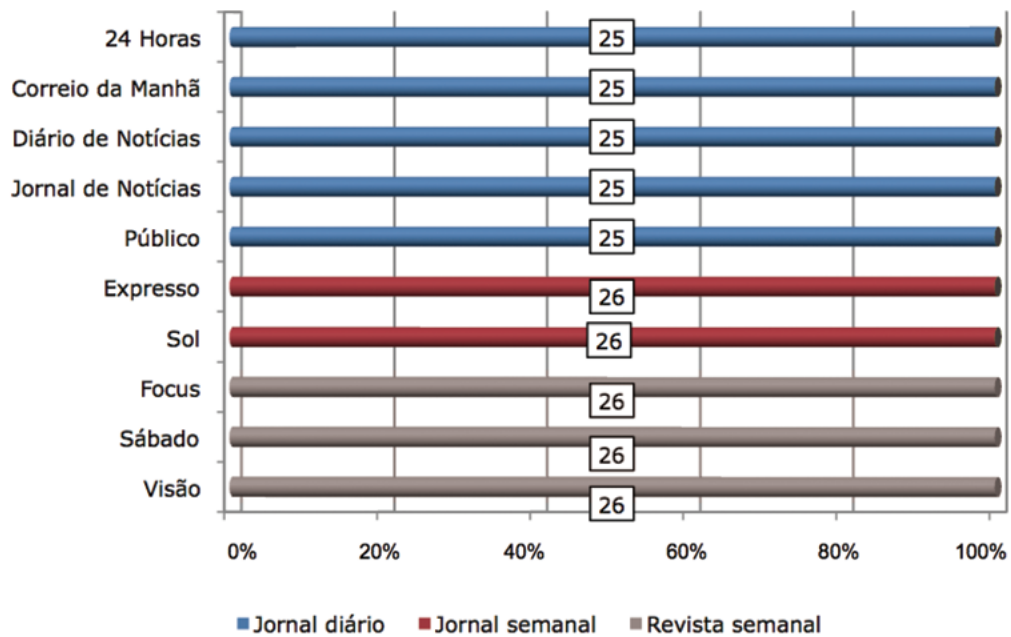
FIG.4 Composição da amostra das revistas semanais

Data	Dias da semana	Mês	Jornal
2-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
16-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
30-Jan-08	Quarta	Janeiro	Focus
13-Fev-08	Quarta	Fevereiro	Focus
27-Fev-08	Quarta	Fevereiro	Focus
12-Mar-08	Quarta	Março	Focus
26-Mar-08	Quarta	Março	Focus
9-Abr-08	Quarta	Abril	Focus
23-Abr-08	Quarta	Abril	Focus
7-Mai-08	Quarta	Maio	Focus
21-Mai-08	Quarta	Maio	Focus
4-Jun-08	Quarta	Junho	Focus
18-Jun-08	Quarta	Junho	Focus
2-Jul-08	Quarta	Julho	Focus
16-Jul-08	Quarta	Julho	Focus
30-Jul-08	Quarta	Julho	Focus
13-Ago-08	Quarta	Agosto	Focus
27-Ago-08	Quarta	Agosto	Focus
10-Set-08	Quarta	Setembro	Focus
24-Set-08	Quarta	Setembro	Focus
8-Out-08	Quarta	Outubro	Focus
22-Out-08	Quarta	Outubro	Focus
5-Nov-08	Quarta	Novembro	Focus
19-Nov-08	Quarta	Novembro	Focus
3-Dez-08	Quarta	Dezembro	Focus
17-Dez-08	Quarta	Dezembro	Focus
31-Dez-08 ⁴	Quarta	Dezembro	Focus

Revistas semanais analisadas: Focus, Sábado e Visão

4 A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

FIG. 5 Indicação da periodicidade e n.º de edições analisadas, por publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições de jornais diários analisadas = 125; Total de edições de jornais semanários analisadas = 52; Total de edições de revistas semanais analisadas = 78. Valores em números absolutos.

- As figuras anteriores descrevem a composição do *corpus* (número de edições) para o período e em relação a cada uma das publicações definidas para monitorização.
- Em 2008, foram analisadas 255 edições; distribuídas por 125 edições de jornais diários generalistas, 52 edições de jornais semanários generalistas e 78 edições de revistas semanais generalistas.

d) Monitorização do cumprimento dos requisitos

FIG. 6 Indicação do título da publicação na primeira página/capa

Nome da publicação	24horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A totalidade das edições analisadas indicou o *título da publicação* na sua primeira página ou na capa, respectivamente os jornais e as revistas.

FIG. 7 Existência de data/período de tempo a que respeitam na primeira página/capa

Nome da publicação	24horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- Igualmente, todas as edições analisadas indicaram a *data/período de tempo a que respeitam* na sua primeira página ou na capa.

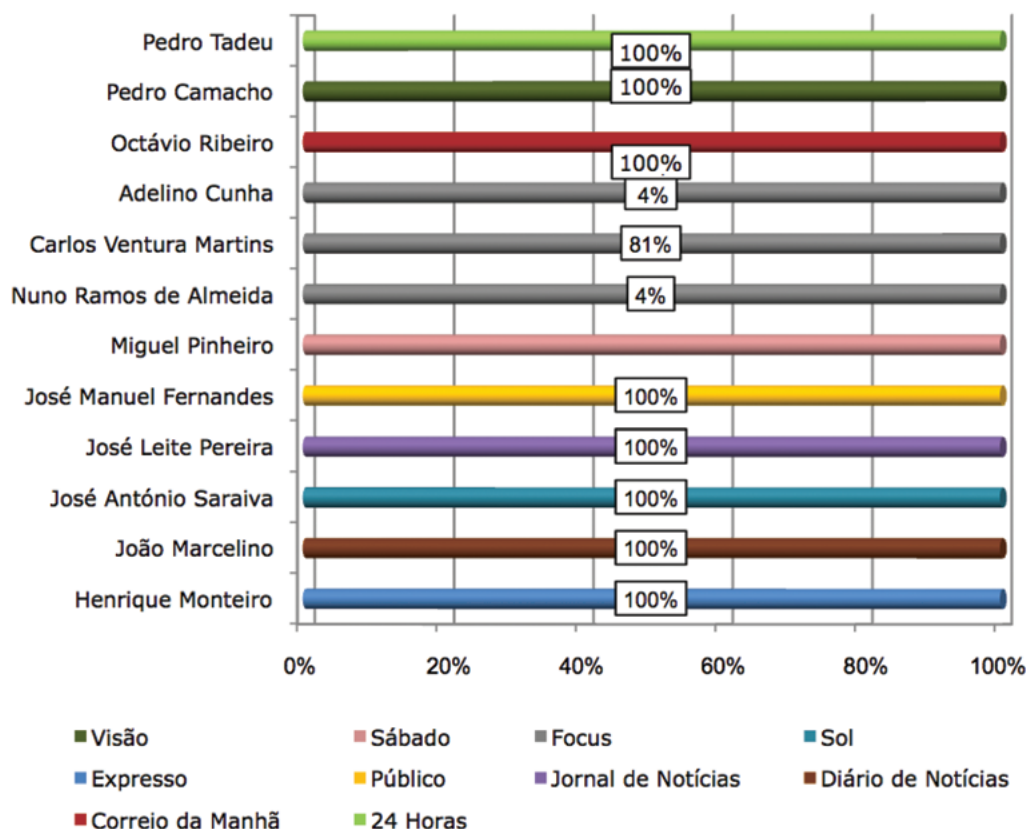
Fig. 8 Indicação do nome do director da publicação na primeira página/capa

Nome da Publicação	24horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	–	–	–	69%
Sim (em outras páginas)	–	–	–	–	–	–	100%	100%	100%	31%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O nome dos directores dos jornais, diários e semanários, foi indicado na primeira página de todas as edições analisadas.
- As revistas semanais de *periodicidade* semanal analisadas optaram por indicar o nome do director em outras páginas que não a capa.

FIG. 9 Identificação (nome) do director da publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24 Horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A identificação do *nome* dos directores das edições analisadas foi também cumprida pela totalidade das publicações. Os vários nomes associados à revista Focus justificam-se pelas mudanças de responsável editorial no período analisado.

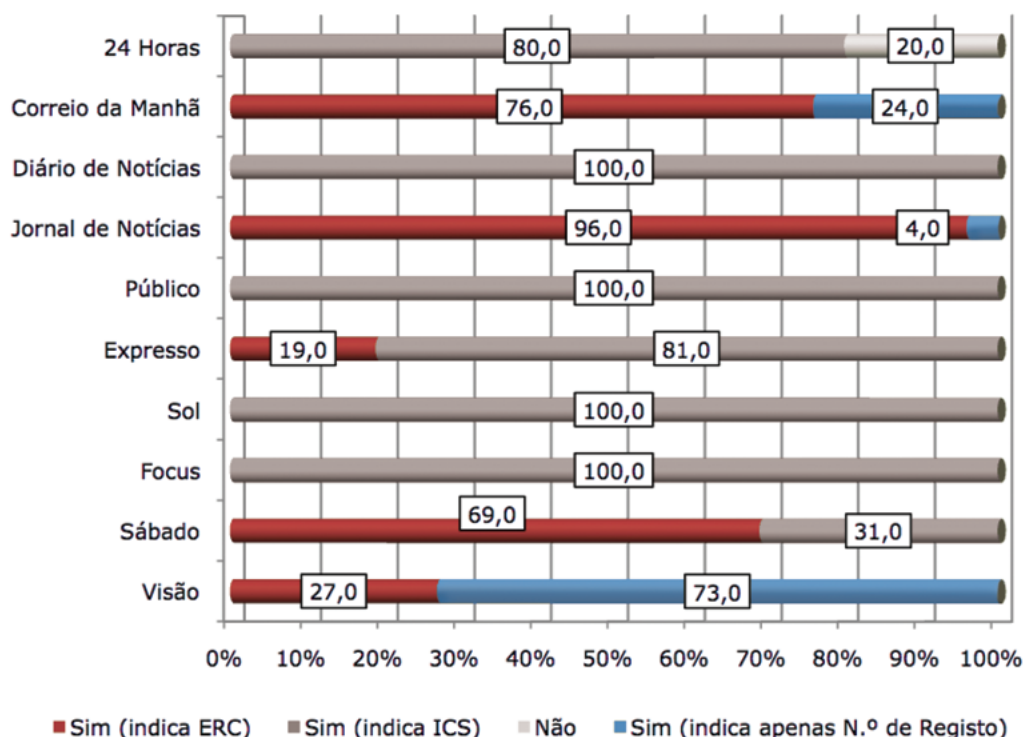
FIG. 10 Indicação do preço da publicação por unidade na primeira página/capa

Nome da publicação	24horas	Correio da Manhã	Diário de Notícias	Jornal de Notícias	Público	Expresso	Sol	Focus	Sábado	Visão	Total
Sim, na 1ª página/capa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O *preço da publicação por unidade* foi publicado na primeira página/capa de todas as edições dos jornais e revistas analisados.

FIG. 11 Indicação do número de registo da publicação



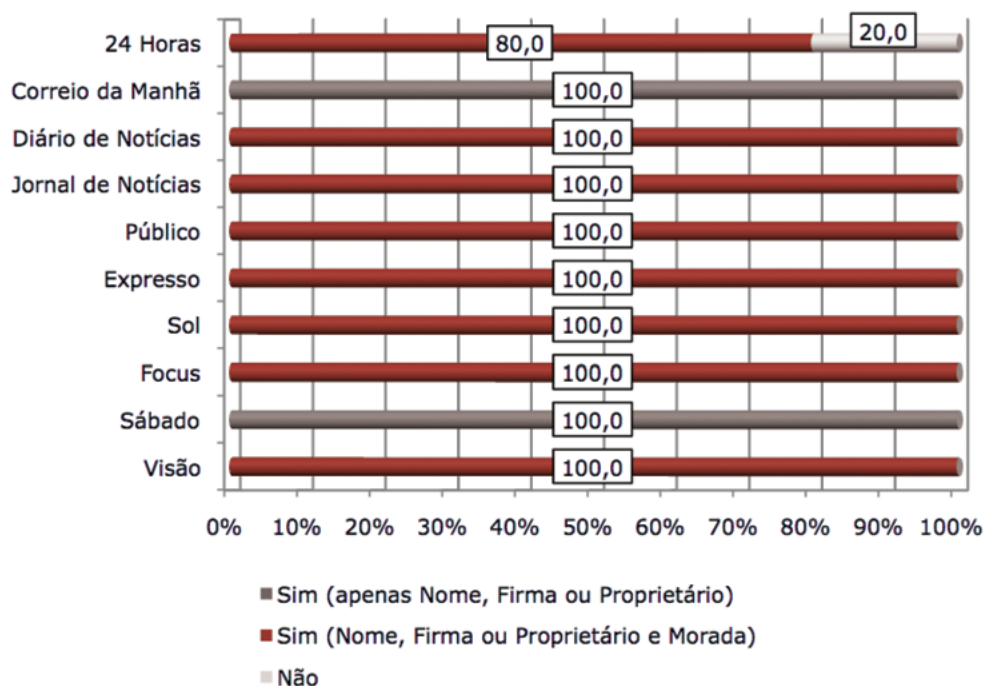
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo do título (no ICS ou ERC) em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- O *número de registo da publicação* foi indicado pela quase totalidade dos jornais e revistas analisados.
- O 24horas foi a exceção a essa regularidade. Em 20% das edições analisadas não apresentou o *número de registo* e, em 80%, este diário indicou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social (ICS).
- Nas edições dos outros diários analisados, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias indicaram *apenas o número de registo*, sem referência ao nome do organismo público em que os títulos estão inscritos e o *número de registo* na Entidade Reguladora para a Comunicação Social, respectivamente, repartidos por 24% e 76% das edições analisadas no Correio da Manhã e por 4% e 96% no Jornal de Notícias.
- Os jornais Diário de Notícias e o Público, o semanário Sol e a revista Focus indicaram o *número de registo* no Instituto da Comunicação Social (ICS).

- O Expresso apresentou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social em 81% das suas edições analisadas, e, em 19% delas, na Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- A Sábado indicou o *número de registo da publicação* no Instituto da Comunicação Social em 31% das suas edições analisadas e, em 69% delas, na Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- A Visão indicou *apenas o número de registo da publicação*, em 73% das publicações analisadas e o *número de registo da publicação* na Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em 27% das edições analisadas.

FIG. 12 Indicação do nome da firma ou denominação social do proprietário e morada

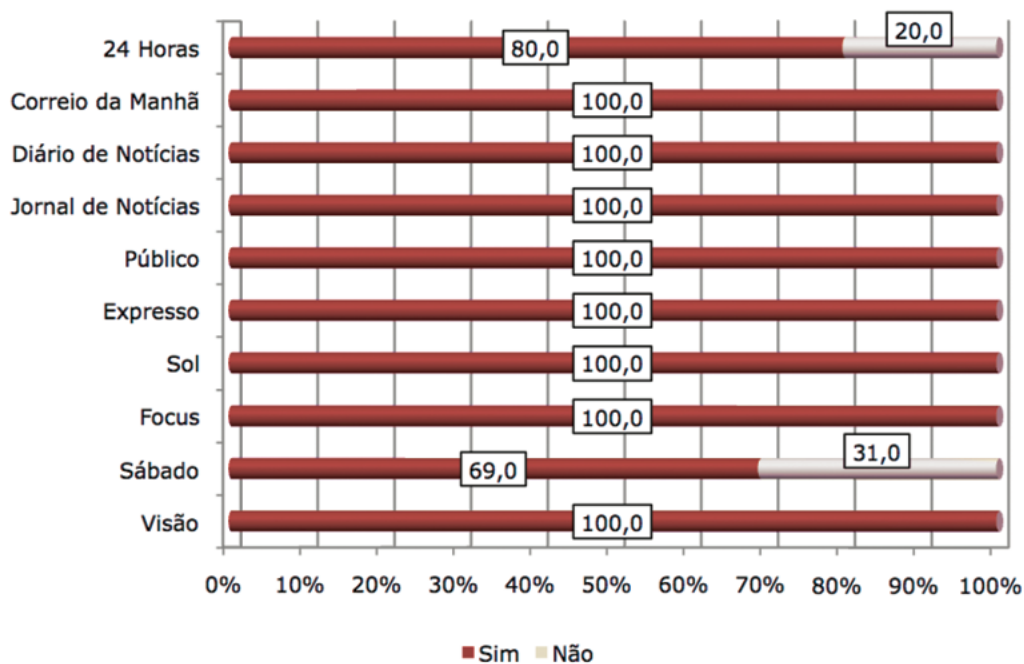


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do nome, da firma ou da denominação social do proprietário da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- O nome da firma ou denominação social do proprietário e morada foram indicados pela quase totalidade das publicações analisadas.
- O diário Correio da Manhã e a revista semanal Sábado indicaram apenas o nome da firma ou denominação social do proprietário.
- O diário 24horas publicou todos estes dados em 80% das edições analisadas, e não os referiu em 20% dos casos.

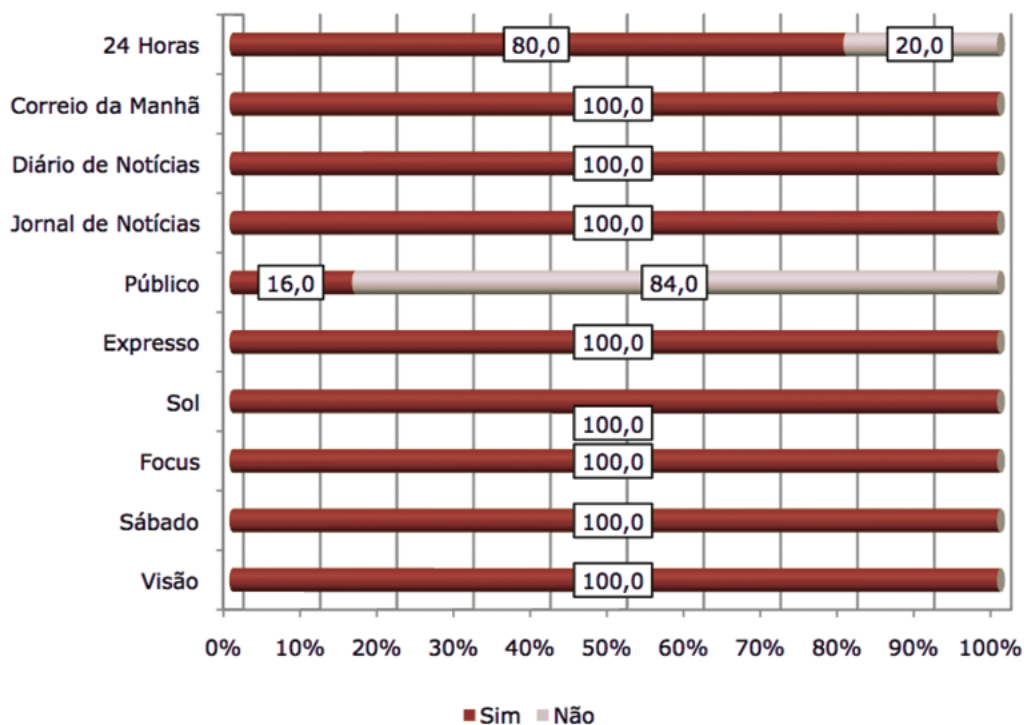
FIG. 13 Indicação do número de registo de pessoa colectiva da publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- O número de registo de pessoa colectiva da publicação foi indicado pela quase totalidade das publicações analisadas.
- A excepção foram o diário 24horas e a revista semanal Sábado, cuja ausência deste elemento foi verificada em 20% e 31% das edições analisadas, respectivamente.

FIG. 14 Indicação do nome dos membros do conselho de administração ou de cargos similares

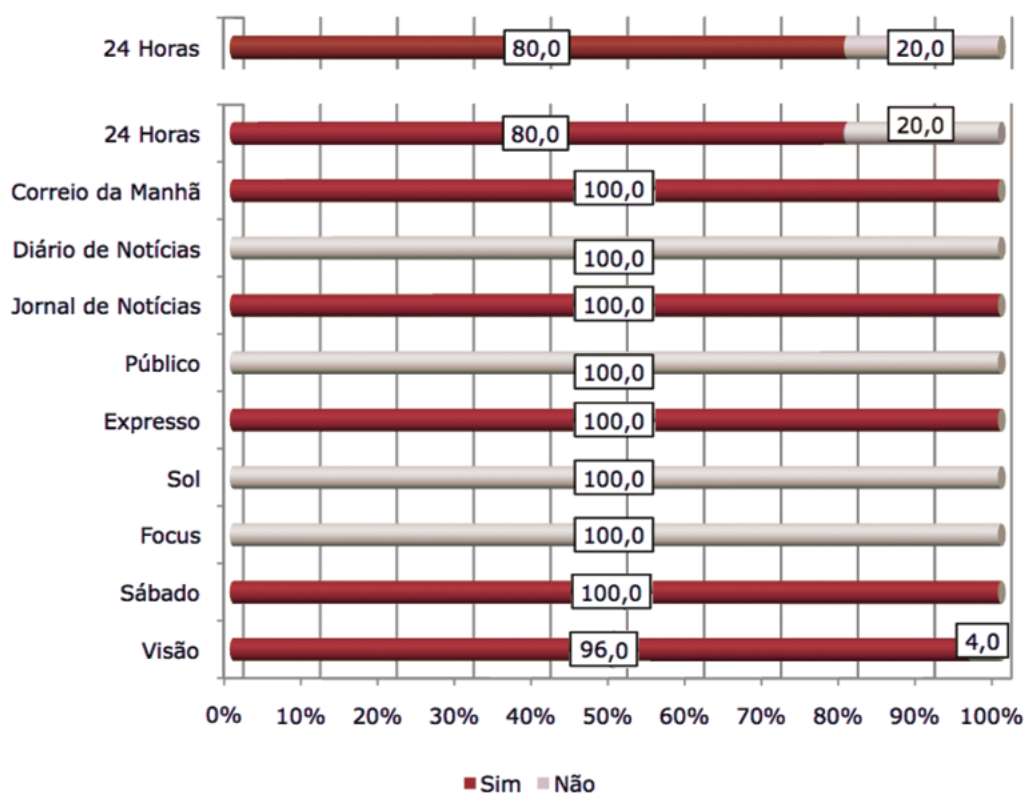


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A indicação do *nome dos membros do conselho de administração ou de cargos similares* foi cumprida por quase todas as edições incluídas na amostra.
- O diário 24horas apresentou estas informações em 80% das edições analisadas e o Público fê-lo em apenas 16% dos seus números incluídos na amostra.

FIG. 15 Existência de indicação dos detentores de mais de 10% do capital da empresa



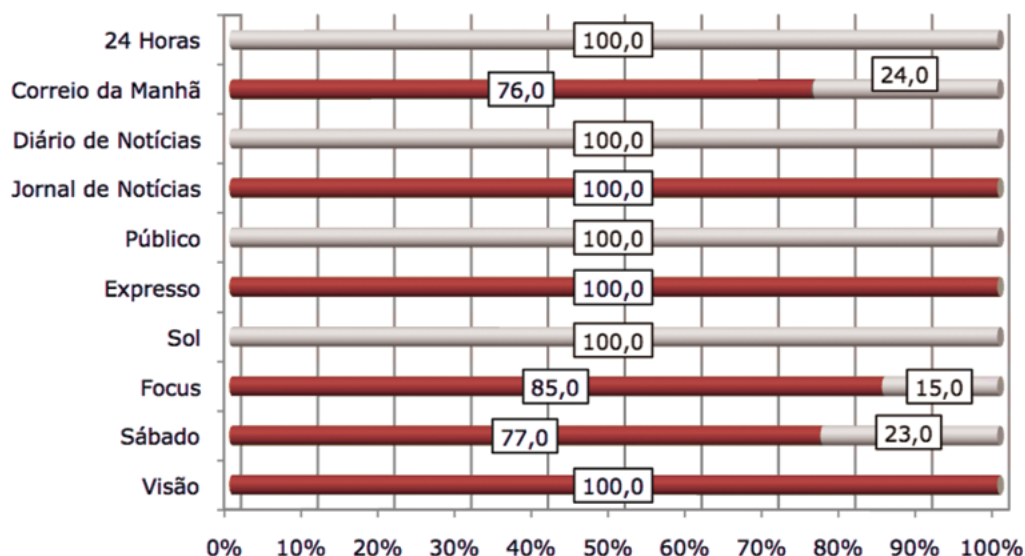
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos detentores de mais de 10% do capital da empresa em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

* Esta variável não se aplica à revista Focus em virtude de o proprietário ser pessoa singular (artº 6º da LI).

- A indicação dos *detentores de mais de 10% do capital da empresa* distribuiu-se nas edições analisadas pela totalidade das edições dos Correio da Manhã, do Jornal de Notícias, do Expresso e da revista Visão e esteve ausente de todas as edições analisadas do Diário de Notícias, do Público, do semanário Sol e da revista Focus.
- O diário 24horas e a revista semanal Visão indicaram os *detentores de mais de 10% do capital da empresa*, respectivamente, em 80% e 96% das edições analisadas.

FIG. 16 Existência de indicação do domicílio ou sede da empresa editora

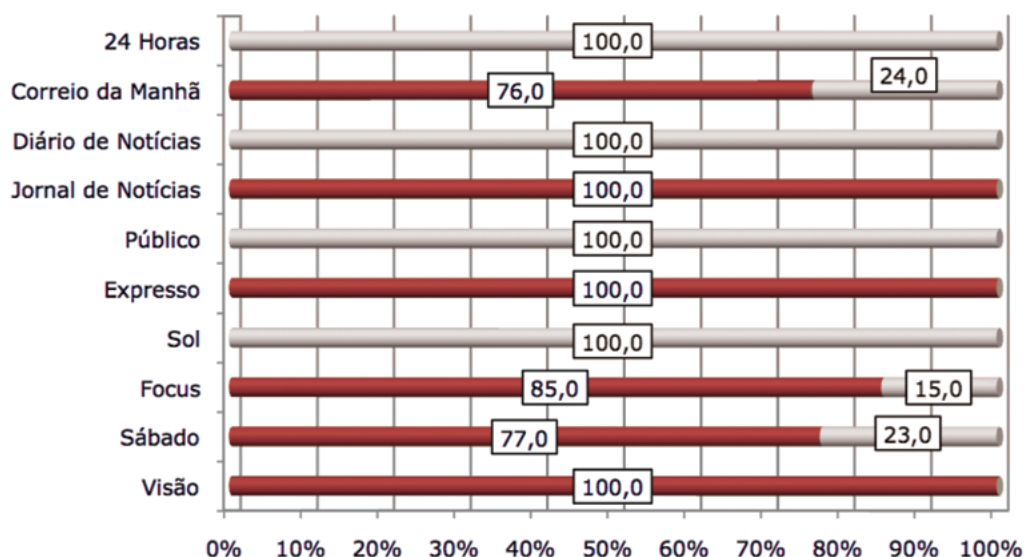


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do domicílio ou sede do editor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A existência de indicação do domicílio ou sede da empresa editora foi verificada em todas as edições analisadas do Jornal de Notícias, do Expresso e da Visão.
- A análise das edições dos jornais 24horas, Diário de Notícias, Público e Sol demonstra que foram sempre publicadas sem indicação do domicílio ou sede da empresa editora.
- O diário Correio da Manhã e as revistas semanais Focus e Sábado indicaram o domicílio ou sede da empresa editora, respectivamente, em 76%, 85% e 77% das edições analisadas.

FIG. 17 Indicação da sede ou domicílio do impressor

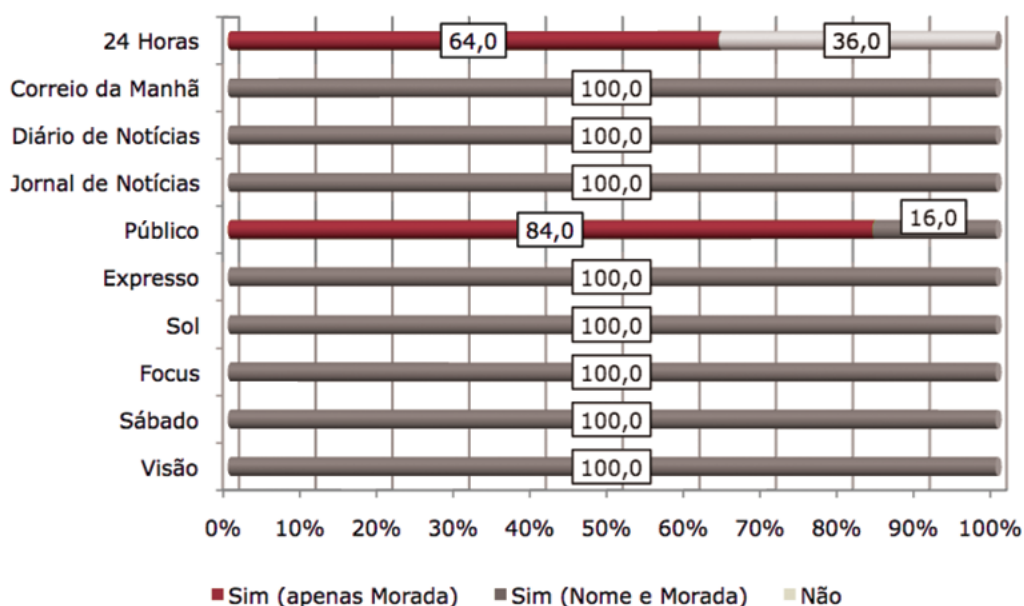


Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio do impressor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

- A indicação da *sede ou domicílio do impressor* (com publicação do nome e morada) das publicações foi cumprida pela totalidade das edições analisadas do Jornal de Notícias e do Público e pelas revistas semanais Focus, Sábado e Visão. Em 20% das edições analisadas do 24horas não houve indicação do nome *da sede ou domicílio do impressor*.
- Só com referência ao nome *da sede ou domicílio do impressor* onde foram impressas, apresentaram-se as edições analisadas do Diário de Notícias e dos semanários Expresso e Sol.
- Em 24% das edições analisadas do Correio da Manhã, foi publicado *apenas o nome da sede ou domicílio do impressor*, face a 76% das edições onde foi publicado o *nome e a morada da sede ou domicílio do impressor*.

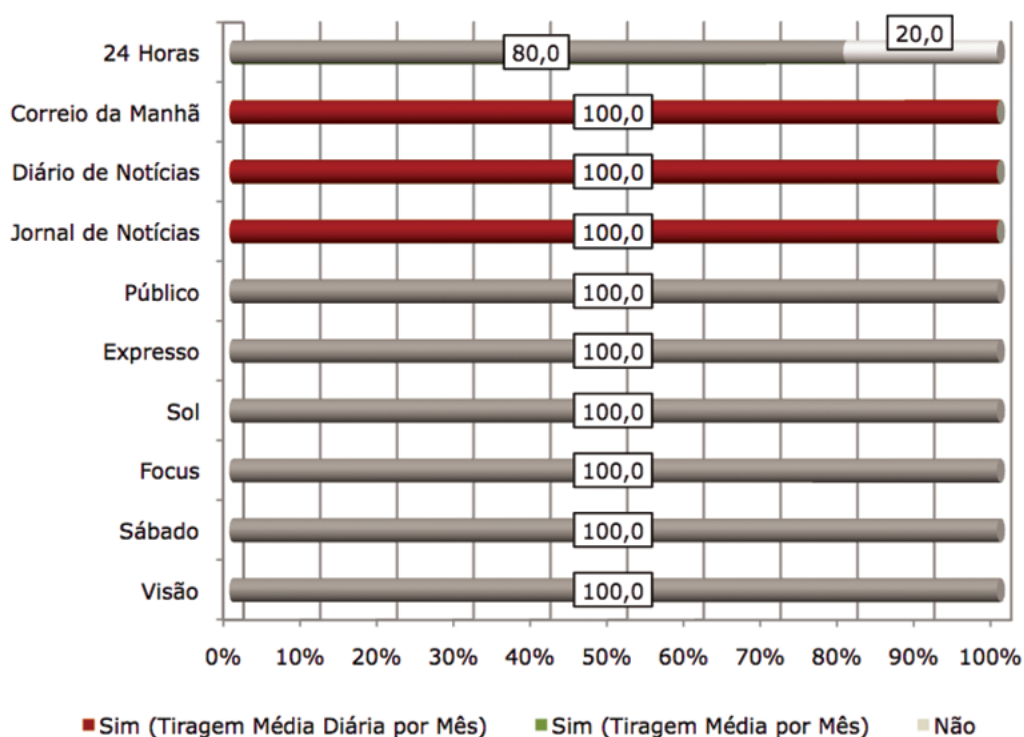
FIG. 18 Indicação da sede ou domicílio da redacção da publicação



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

- A indicação da *sede ou domicílio da redacção da publicação*, com *nome e morada* foi verificada pela totalidade das edições analisadas dos diários Correio da Manhã, do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias, bem como pelos semanários Expresso e Sol e pelas revistas Focus, Sábado e Visão.
- No 24horas e no Público, foi indicada *apenas a morada*, por 64% e 84% das edições analisadas, respectivamente.
- Em 36% das edições do 24horas analisadas, não existe qualquer indicação da *sede ou domicílio da redacção da publicação*.

FIG. 19 Indicação da tiragem da publicação



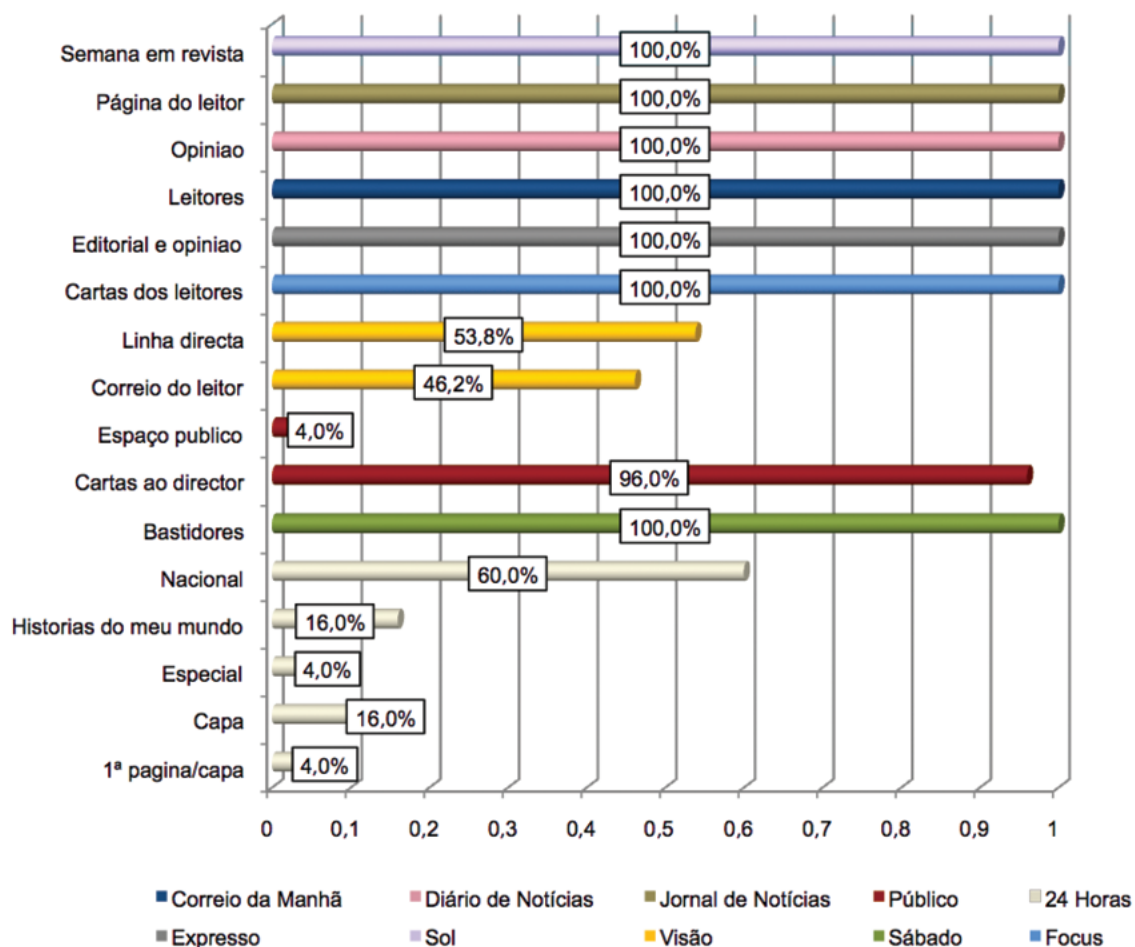
Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

A tiragem designa o “total de exemplares impressos de uma edição, com excepção dos defeituosos e ou incompletos”, de acordo com o Regulamento da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação. A tiragem média por mês distingue-se da diária por mês por referência à periodicidade das publicações.

- A *tiragem média por mês da publicação* foi indicada pelo diário Público, pelos semanários Expresso e Sol e pelas revistas Focus, Sábado e Visão.
- Em 80% das edições analisadas, o diário 24horas apresentou a sua *tiragem média por mês*, não a tendo publicado em 20% das edições analisadas.
- Os diários Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias apresentaram a sua *tiragem média diária por mês* em todas as edições analisadas.

e) Variáveis de caracterização da Ficha Técnica

FIG. 20 Secção em que surgem as indicações da Ficha Técnica



Total de edições analisadas = 255; Total de edições do Correio da Manhã analisadas = 25; Total de edições do Diário de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Jornal de Notícias analisadas = 25; Total de edições do Público analisadas = 25; Total de edições do 24horas analisadas = 25; Total de edições do Expresso analisadas = 26; Total de edições do Sol analisadas = 26; Total de edições da Visão analisadas = 26; Total de edições da Sábado analisadas = 26; Total de edições da Focus analisadas = 26. Valores em percentagem.

A Lei de Imprensa não indica a secção de localização da ficha técnica. Contudo, para efeitos de uma mais completa caracterização das publicações foi identificada a secção de localização da ficha técnica.

- A repartição das fichas técnicas por secção onde foram publicadas mostra grande peso das páginas dedicadas aos leitores (nas suas diferentes denominações), abrangendo nas edições analisadas os diários Correio da Manhã, Jornal de Notícias e as revistas Focus e Visão.
- Verifica-se ainda uma grande incidência nas páginas de opinião, como são os casos da revista Sábado (*Bastidores*), do Diário de Notícias (*Opinião*) e do Expresso (*Editorial e opinião*).
- As edições analisadas do diário Público apresentaram a sua Ficha Técnica na secção *Cartas ao Director* (96%) ou na *Espaço público* (4%).

- O diário 24horas publicou a sua ficha técnica, nas edições analisadas, na *secção Nacional* (60%), mas também nas páginas de *Histórias do meu mundo* (16%), *capa* (16%), *Especial* (4%) e na *1ª página/capa* (4%).
- O semanário Sol publicou a sua Ficha Técnica na *secção Semana em revista*.

O n.º 2 do artigo 15º refere que as indicações da Ficha Técnica devem ser inseridas em “página predominantemente preenchida com materiais informativos”. Contudo, os dados mostram que a Ficha Técnica nas publicações analisadas surge predominantemente em páginas de *Opinião* (incluindo nelas as cartas dos leitores), cuja tipologia não corresponde, em rigor, ao conceito de “materiais informativos”.

Síntese conclusiva

1. A ERC desenvolveu, em 2008, uma análise ao cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99 de 13 de Janeiro) a partir de uma amostra de publicações periódicas de informação geral de âmbito nacional, que incluiu os diários 24horas, Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público, os semanários Expresso e Sol e as revistas semanais Visão, Sábado e Focus.
2. A amostra incluiu 125 edições de jornais diários, 52 edições de semanários e 78 edições de revistas semanais generalistas.
3. A análise mostra o cumprimento, pela globalidade das publicações analisadas dos requisitos do artigo 15º da LI. Contudo, revela também incumprimentos, em alguns casos sistemáticos, de algumas das obrigações legais previstas, no mesmo artigo, por parte de algumas das publicações analisadas, adiante identificadas.
4. A globalidade das publicações cumpre, como referido, os requisitos que relativos à **indicação do título, da data ou período a que respeitam**, na primeira página ou na capa. Também o **preço da publicação por unidade** foi publicado nas primeiras páginas/capas de todas as publicações analisadas.
5. A **indicação do nome do director** na primeira página foi cumprida por todos os jornais. No seguimento da disposição legal que não obriga a sua publicação na *capa* das revistas, estas publicações indicaram o nome dos seus directores em *outras páginas*.
6. O **número de registo da publicação** foi indicado pela quase totalidade das edições analisadas. Só o diário 24horas não o apresentou em 20% dos casos. Porém, parte das publicações indicam inscrição no Instituto da Comunicação Social e não na Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
7. O **nome da firma ou denominação social do proprietário e morada** foram publicados por quase todas as edições analisadas. A excepção é a indicação *apenas do nome* pela Sábado e a ausência total destes elementos em 20% das edições analisadas do 24horas.
8. Igualmente, a **indicação do número de pessoa colectiva da publicação** foi indicada por quase todas as edições analisadas. Exclui-se o diário 24horas, que em 20% daquelas não apresentou o *número de pessoa colectiva* e da revista Sábado que, em 31% das edições analisadas, não o referiu.
9. A **indicação do nome dos membros do conselho de administração ou cargos similares**

foi cumprida por quase todas as publicações, excepto por 20% das edições analisadas do diário 24horas e por 84% das do Público.

10. Também a **indicação dos detentores de mais de 10% do capital da empresa** foi apresentada por quase todas as publicações, excepto por 20% das edições do 24horas analisadas e por 4% das da revista Visão, assim como na totalidade das edições do Diário de Notícias, do Público, do Sol e da Focus.

11. A **indicação do domicílio ou sede da empresa editora** foi apresentada pela quase totalidade das publicações, excepto por 24% das edições do diário Correio da Manhã analisadas, por 15% da revista Focus e por 23% da Sábado, assim como na totalidade das edições do 24horas, do Diário de Notícias, do Público e do Sol.

12. A **indicação do domicílio ou sede da empresa editora** não foi cumprida por 20% das edições analisadas do 24horas. O Jornal de Notícias, o Público e as revistas semanais Focus, Sábado e Visão publicaram o nome e a morada da gráfica, em todas as edições analisadas. A referência incompleta (*apenas ao nome da gráfica onde foram impressos*) foi feita por 24% das edições analisadas do Correio da Manhã e pela totalidade das edições do Diário de Notícias, e dos semanários Expresso e Sol.

13. A **indicação da sede ou domicílio do impressor** (com publicação do nome e morada) das publicações foi cumprida pela totalidade das edições analisadas do Jornal de Notícias e do Público e pelas revistas semanais Focus, Sábado e Visão. Em 20% das edições analisadas do 24horas, 24% do Correio da Manhã e todas as edições analisadas do Diário de Notícias e dos semanários Expresso e Sol a referência é incompleta.

14. Situação semelhante foi a verificada no caso da **indicação da sede ou domicílio da redacção da publicação**. No 24horas, em 36% das edições analisadas, aquela indicação não foi publicada e, em 64%, foi **apenas a morada**. O mesmo aconteceu em 84% das edições do Público.

15. A indicação da **tiragem da publicação** foi cumprida pela quase totalidade das edições analisadas, excepto pelo 24horas, que, em 20%, delas não fez referência a esse elemento. O Correio da Manhã, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias referiram a sua *tiragem média diária por mês* em todas as edições analisadas. As restantes publicações apresentaram a *tiragem média por mês*.

16. A maioria das publicações analisadas incluiu as indicações da Ficha Técnica em secções dedicadas aos leitores ou a opinião, o que em rigor não corresponde ao conceito de página "predominantemente preenchida com materiais informativos", como refere o n.º 2 do artigo 15º da lei de Imprensa. As excepções são o 24horas e o Sol, que apresentam a Ficha Técnica em outras páginas.

Anexo II

1. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A ANÁLISE DOS JORNAIS DIÁRIOS NACIONAIS

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de cinco jornais diários nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todos os jornais diários (Correio da Manhã, Jornal de Notícias, 24horas, Público e Diário de Notícias) publicados no ano de 2008.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/14), logo o intervalo amostral será 14. O objectivo será analisar apenas um dia por quinzena. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 15, sendo a proporção da amostra na população igual a (1/15).

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população

É possível gerar N grupos com 15 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 15 dias.

$$\text{Grupo 1} \rightarrow \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, \dots, 15\}$$

$$\text{Grupo 2} \rightarrow \{16, 17, 18, 19, 20, \dots, 30\}$$

$$\text{Grupo 3} \rightarrow \{31, 32, 33, 34, 35, \dots, 45\}$$

$$\dots$$

$$\text{Grupo N} \rightarrow \{[(N-1)*15]+1, [(N-1)*15]+2, \dots, [(N-1)*15]+14, N*15\}$$

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 14 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 2, o que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁵.

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{2, 17, 32, 47, 62, 77, 92, 107, 122, 137, 152, 167, 182, 197, 212, 227, 242, 257, 272, 287, 302, 317, 332, 347, 362}

O que corresponde a:

{4ªfeira (02-01-08); 5ªfeira (17-01-08); 6ªfeira (01-02-08); Sábado (16-02-08); Domingo (02-03-08); 2ªfeira (17-03-08); 3ªfeira (01-04-08); 4ªfeira (16-04-08); 5ªfeira (01-05-08); 6ªfeira (16-05-08); Sábado (31-05-08); Domingo (15-06-08); 2ªfeira (30-06-08); 3ªfeira (15-07-08); 4ªfeira (30-07-08); 5ªfeira (14-08-08); 6ªfeira (29-08-08); Sábado (13-09-08); Domingo (28-09-08); 2ªfeira (13-10-08); 3ªfeira (28-10-08); 4ªfeira (12-11-08); 5ªfeira (27-11-08); 6ªfeira (12-12-08); Sábado (27-12-08)}

⁵ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira

FIG. 1 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008

Diários					
Dias Seleccionados	Correio da Manhã	Jornal de Notícias	24 Horas	Público	Diário de Notícias
Janeiro					
02-Jan-08	1	2	3	4	5
17-Jan-08	6	7	8	9	10
Fevereiro					
01-Fev-08	11	12	13	14	15
16-Fev-08	16	17	18	19	20
Março					
02-Mar-08	21	22	23	24	25
17-Mar-08	26	27	28	29	30
Abril					
01-Abr-08	15	16	33	34	35
16-Abr-08	17	18	38	39	40
Mai					
01-Mai-08	41	42	43	44	45
16-Mai-08	46	47	48	49	50
31-Mai-08	51	52	53	54	55
Junho					
15-Jun-08	56	57	58	59	60
30-Jun-08	61	62	63	64	65
Julho					
15-Jul-08	66	67	68	69	70
30-Jul-08	71	72	73	74	75
Agosto					
14-Ago-08	76	77	78	79	80
29-Ago-08	81	82	83	84	85
Setembro					
13-Set-08	86	87	88	89	90
28-Set-08	91	92	93	94	95
Outubro					
13-Out-08	96	97	98	99	100
28-Out-08	101	102	103	104	105
Novembro					
12-Nov-08	106	107	108	109	110
27-Nov-08	111	112	113	114	115
Dezembro					
12-Dez-08	116	117	118	119	120
27-Dez-08	121	122	123	124	125

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada na figura seguinte:

Fig. 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
5 Jornais Diários	366	25	1830	125	8,4704
24 Horas	366	25	366	25	18,9607
Correio da Manhã	366	25	366	25	18,9607
Diário de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Jornal de Notícias	366	25	366	25	18,9607
Público	366	25	366	25	18,9607

FIG. 3 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \sqrt{\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}}^{\frac{1}{2}}$$

2. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA REVISTA FOCUS

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de uma revista semanal nacional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todas as edições da Revista Focus entre o momento de tempo zero e o momento t.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

4) **Definição do intervalo amostral**

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

5) **Criação de uma lista sequencial dos elementos da população**

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

Grupo 1 → {1, 2}

Grupo 2 → {3, 4}

Grupo 3 → {5, 6}

...

Grupo N → {[(N - 1) * 2] + 1, N * 2}

6) **Seleccção aleatória e definição da amostra**

Seleccção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleccção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde à primeira quarta-feira da quinzena⁶.

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51, 53}

O que corresponde às sextas-feiras seguintes:

{(02-01-08); (16-01-08); (30-01-08); (13-02-08); (27-02-08); (12-03-08); (26-03-08); (09-04-08); (23-04-08); (07-05-08); (21-05-08); (04-06-08); (18-06-08); (02-07-08); (16-07-08); (30-07-08); (13-08-08); (27-08-08); (10-09-08); (24-09-08); (08-10-08); (22-10-08); (05-11-08); (19-11-08); (03-12-08); (17-12-08); (31-12-08)}

⁶ O início da amostra é a primeira quarta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à quarta-feira dia 02 de Janeiro de 2008.

FIG. 4 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008⁷

Dias Seleccionados	Focus
Janeiro	
02-Jan-08	1
16-Jan-08	2
30-Jan-08	3
Fevereiro	
13-Fev-08	4
27-Fev-08	5
Março	
12-Mar-08	6
26-Mar-08	7
Abril	
09-Abr-08	8
23-Abr-08	9
Mai	
07-Mai-08	10
21-Mai-08	11
Junho	
04-Jun-08	12
18-Jun-08	13
Julho	
02-Jul-08	14
16-Jul-08	15
30-Jul-08	16
Agosto	
13-Ago-08	17
27-Ago-08	18
Setembro	
10-Set-08	19
24-Set-08	20
Outubro	
08-Out-08	21
22-Out-08	22
Novembro	
05-Nov-08	23
19-Nov-08	24
Dezembro	
03-Dez-08	25
17-Dez-08	26
31-Dez-08	27

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada na figura seguinte:

⁷ A edição de 31 de Dezembro de 2008 não foi analisada.

FIG. 5 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Focus	366	26	52	26	13,7227

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$\begin{aligned} n &= \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow \\ &\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \\ &\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}} \end{aligned}$$

3. TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DA VISÃO E SÁBADO

A recolha de informação relativamente a uma população pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de duas revistas semanais nacionais.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

Técnica de Amostragem Aplicada

No presente caso, temos:

- Universo ou População: são todas as edições das Revistas Visão e Sábado entre o momento de tempo zero e o momento t.
- Amostra: é o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de revistas.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

7) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é $(1/2)$, logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

8) **Criação de uma lista sequencial dos elementos da população**

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

$$\text{Grupo 1} \rightarrow \{1, 2\}$$

$$\text{Grupo 2} \rightarrow \{3, 4\}$$

$$\text{Grupo 3} \rightarrow \{5, 6\}$$

...

$$\text{Grupo N} \rightarrow \{[(N-1)*2]+1, N*2\}$$

9) **Seleccção aleatória e definição da amostra**

Seleccção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a seleccção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde ao primeira quinta-feira da quinzena .

A este número soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51}

O que corresponde aos sábados seguintes:

{(03-01-08); (17-01-08); (31-01-08); (14-02-08); (28-02-08); (13-03-08); (27-03-08); (10-04-08); (24-04-08); (08-05-08); (22-05-08); (05-06-08); (19-06-08); (03-07-08); (17-07-08); (31-07-08); (14-08-08); (28-08-08); (11-09-08); (25-09-08); (09-10-08); (23-10-08); (06-11-08); (20-11-08); (04-12-08); (18-12-08)}

FIG. 6 – Unidades de análise referentes aos 12 meses de 2008

Dias Seleccionados	Visão	Sábado
Janeiro		
03-Jan-08	1	2
17-Jan-08	3	4
31-Jan-08	5	6
Fevereiro		
14-Fev-08	7	8
28-Fev-08	9	10
Março		
13-Mar-08	11	12
27-Mar-08	13	14
Abril		
10-Abr-08	15	16
24-Abr-08	17	18
Mai		
08-Mai-08	19	20
22-Mai-08	21	22
Junho		
05-Jun-08	23	24
19-Jun-08	25	26
Julho		
03-Jul-08	27	28
17-Jul-08	29	30
31-Jul-08	31	32
Agosto		
14-Ago-08	33	34
28-Ago-08	35	36
Setembro		
11-Set-08	37	38
25-Set-08	39	40
Outubro		
09-Out-08	41	42
23-Out-08	43	44
Novembro		
06-Nov-08	45	46
20-Nov-08	47	48
Dezembro		
04-Dez-08	49	50
18-Dez-08	51	52

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

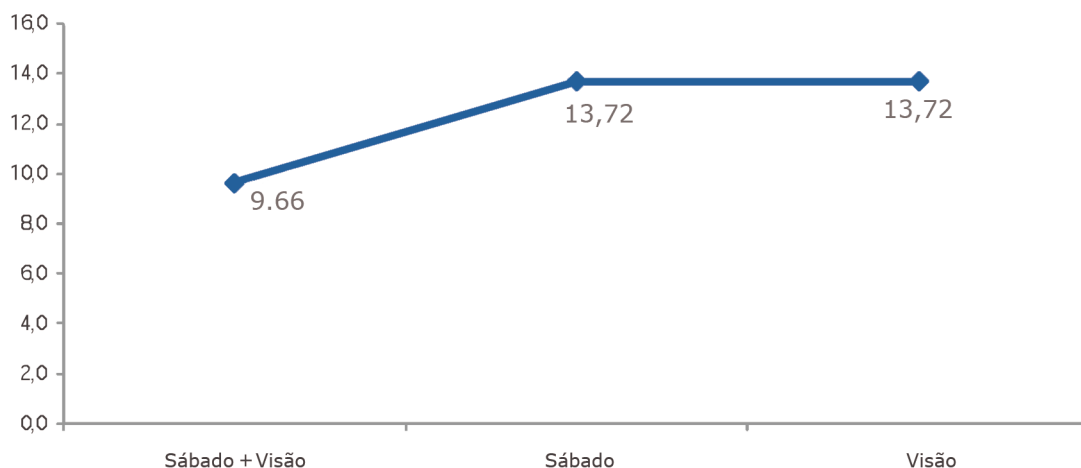
O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

FIG. 7 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Sábado+Visão	366	26	104	52	9,6562
Sábado	366	26	52	26	13,7227
Visão	366	26	52	26	13,7227

FIG. 8 – Erro máximo de Amostragem e a desagregação de dados



Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N-1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N-1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N-n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N-1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Descrição das variáveis analisadas

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização do cumprimento do artigo 15º da Lei de Imprensa (jornais diários e semanários e revistas semanais generalistas). Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

A base de dados criada para a monitorização do referido artigo está organizada de modo a corresponder a cinco grandes dimensões de análise:

- a) Caracterização geral.
- b) Dados de publicação obrigatória na primeira página/capa dos jornais/revistas.
- c) Dados de publicação obrigatória na Ficha Técnica no interior dos jornais/revistas.

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de caracterização geral

Por caracterização entende-se o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como a publicação em que se insere.

1. Código Identificador

Definição Conceptual: Esta variável refere-se ao número de identificação da respectiva unidade de análise (publicação).

2. Nome da Publicação

Definição Conceptual: Esta variável identifica o nome da publicação a analisar.

3. Data (aaaammdd)

Definição Conceptual: Esta variável identifica a data completa correspondente à edição da publicação que se está a analisar.

4. Periodicidade e Tipo de Publicação

Definição Conceptual: Esta variável identifica a periodicidade e o género da publicação que se está a analisar.

b) Dados de publicação obrigatória na primeira página/capa dos jornais/revistas

5. Indicação de Título da Publicação (nº 1, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz indicação do título da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do Art.º 15º da Lei de Imprensa.

6. Menção da Data da Publicação (nº 1, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da data da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

7. Indicação do Intervalo de Tempo a que respeita a Publicação (nº 1, art.º15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do intervalo de tempo a que a mesma respeita na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º15º da Lei de Imprensa.

8. Indicação do Nome do Director da Publicação (nº 1, art.º15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise refere o nome do director da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

9. Descrição do Nome do Director da Publicação (variável aberta)

Definição Conceptual: Esta variável descreve o nome do director da publicação apresentado na 1ª página/capa.

10. Indicação do Preço por Unidade da Publicação (nº1, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise refere o preço da mesma por unidade na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

11. Indicação da Gratuitidade da Publicação (nº 1, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise menciona a gratuitidade da mesma na 1ª página/capa, de acordo com o disposto no nº 1 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

c) Dados de publicação obrigatória na Ficha Técnica publicada no interior dos jornais/revistas**12. Indicação do Número de Registo do Título da Publicação (nº 2, art.º 15º Lei de Imprensa)**

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo do título (no ICS ou ERC) em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15º da Lei de Imprensa.

13. Indicação do Nome, Firma ou Proprietário da Publicação (nº 2, Art.º 15.º Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do nome, da firma ou da denominação social do proprietário da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

14. Indicação do Número de Registo de Pessoa Colectiva da Publicação (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de registo de pessoa colectiva (NIPC) da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

15. Indicação dos Nomes dos Membros do Conselho de Administração ou de Cargos Similares da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos nomes dos membros do conselho de administração ou de cargos similares da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

16. Indicação dos Detentores de mais de 10% do Capital da Empresa (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção dos detentores de mais de 10% do capital da empresa em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

17. Indicação do Domicílio ou Sede do Editor da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do domicílio ou sede do editor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

18. Indicação da sede ou domicílio do Impressor da Publicação (nº 2, Art.º 15.º Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio do impressor da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

19. Indicação da sede ou domicílio da Redacção da Publicação (nº 2, art.º 15.º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção da sede ou domicílio da redacção da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do art.º 15.º da Lei de Imprensa.

20. Indicação da Tiragem da Publicação (nº 2, art.º 15º da Lei de Imprensa)

Definição Conceptual: Esta variável identifica se a edição da publicação em análise faz menção do número de exemplares de tiragem da mesma em página predominantemente preenchida com materiais informativos, de acordo com o disposto no nº 2 do Art.º 15.º da Lei de Imprensa.

21. Secção onde constam as Indicações Técnicas da Publicação (variável aberta)

Definição Conceptual: Indicação exacta da secção de cada jornal/revista em que se encontram as indicações técnicas da publicação.



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008

IMPrensa DE
CAPITAIS
MAIORITARIAMENTE
PÚBLICOS

VOLUME III

IMPrensa DE CAPITAIS MAIORITARIAMENTE PÚBLICOS

1. Introdução Geral

a) Quadro jurídico aplicável à análise das publicações periódicas de capitais maioritariamente públicos

A Constituição da República Portuguesa proclama, no artigo 37º, que “[t]odos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento” e, no artigo 38º, que “é garantida a liberdade de imprensa” e que esta liberdade implica, nomeadamente, “a liberdade de expressão e criação dos jornalistas e colaboradores”.

A liberdade de imprensa aparece reforçada, a nível infraconstitucional, nos artigos 1º, 2º e 22º da Lei de Imprensa e no artigo 7º do Estatuto do Jornalista (EJ).

Esta liberdade não é, todavia, absoluta. Os seus limites encontram-se circunscritos por outros valores, também eles constitucionalmente consagrados.

Com efeito, segundo o art.º 3º da Lei de Imprensa, constituem limites à liberdade de imprensa, “os que decorrem da Constituição e da lei, de forma a salvaguardar o rigor e a objectividade da informação, a garantir os direitos ao bom nome, à reserva da intimidade da vida privada, à imagem e à palavra dos cidadãos e a defender o interesse público e a ordem democrática”.

Em sentido idêntico, o art.º 14º, n.º 1, do EJ, preconiza como deveres fundamentais dos jornalistas, entre outros, o dever de “informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião” (al. a)); de “respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem” (al. d)); de “procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem” (al. e)); e de “identificar, como regra, as suas fontes de informação e atribuir as opiniões recolhidas aos respectivos autores” (al. f)).

O n.º 2 do citado estabelece ainda outros deveres dos jornalistas, dos quais se destacam, nesta sede, “abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência” (al. c)); “abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física” (al. d)); e “não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual” (al. e)).

Cumpram ainda destacar, no que se refere aos periódicos com capitais maioritariamente públicos, que se encontram abrangidos pelo art.º 38º, n.º 6, da Constituição da República Portuguesa, que estabelece que “a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.”

Atento o quadro normativo aqui referido, e que baliza, necessariamente, a actuação da imprensa escrita, o Conselho Regulador elaborou e apresenta um relatório de monitorização dos órgãos de imprensa. Dado o disposto no citado art.º 38º, n.º 6, da lei fundamental, que contempla a obrigação reforçada de os meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, o Conselho Regulador prestou ainda especial atenção

ao Jornal da Madeira e ao Diário do Alentejo.

Cabe notar, uma vez mais, que o presente escrutínio não corresponde a uma acção voluntarista do Conselho Regulador, representando antes o cumprimento de um mandato confiado a esta entidade administrativa independente.

Desde logo, por força da lei fundamental, compete à ERC assegurar, nos meios de comunicação social, “o direito à informação e a liberdade de imprensa”; “o respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais”; “o respeito pelas normas reguladoras das actividades de comunicação social”; e “a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.”

Em concretização do preceito constitucional, os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, nesta sede, o art.º 24º, n.º 3, al. a), que estabelece que lhe compete, no exercício de funções de regulação e supervisão, “[f]azer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais”, assim como o art.º 24º, n.º 2, al. d), que determina que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ERC, “[e]laborar anualmente um relatório sobre a situação das actividades de comunicação social e sobre a sua actividade de regulação e supervisão e proceder à sua divulgação pública.”

O Conselho Regulador está ciente de que o presente Relatório não esgota o acompanhamento das actividades da imprensa, no sentido utilizado no art.º 24º, n.º 2, al. d), dos estatutos da ERC, nem, aliás, isso seria possível através de uma análise de conteúdo como a que consta deste Relatório. Assim sendo, a análise apresentada incide, em especial, sobre rigor e isenção da informação, aí se incluindo a diversificação e identificação das *fontes*, bem como a conformidade da informação publicada com os objectivos definidos nos estatutos editoriais das publicações consideradas.

b) Aspectos metodológicos da análise de imprensa

A monitorização da imprensa assenta em bases de dados que incluem indicadores orientados para os objectivos de regulação enunciados nos Estatutos da ERC. A técnica utilizada é a Análise de Conteúdo, a qual permite a descrição objectiva e *sistemática* do conteúdo manifesto da comunicação, bem como realizar inferências válidas dos dados analisados para o seu contexto. Através de operações estatísticas realizadas com recurso ao programa SPSS, torna-se possível identificar *temáticas*, *actores*, formas de mediatização, entre outros elementos presentes nos artigos de imprensa.

Torna-se, também, possível efectuar análises comparativas entre jornais e identificar tendências na informação publicada. O objectivo é a adopção de procedimentos padronizados de recolha de informação de forma *sistemática* e racionalmente controlada.

O presente capítulo do Relatório refere-se exclusivamente à análise de imprensa e resulta da monitorização e análise dos conteúdos informativos das seguintes publicações: Jornal da Madeira e Diário do Alentejo, por amostra do período de 01 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.

Foi analisado um total de 583 artigos, correspondentes a 51 edições dos jornais acima referidos.

Publicação	Periodicidade	N.º de edições analisadas	N.º de artigos analisados
Jornal da Madeira	Diário	25	227
Diário do Alentejo	Semanário	26	356
Total (N)		51	583

Esta análise corresponde à terceira fase da análise de conteúdo das mesmas publicações periódicas iniciada em 2006.

O processo de amostragem foi aplicado aos jornais diários e semanários, seguindo um esquema de análise de um dia por semana, com uma semana de interrupção entre eles.

Atendendo à importância de que se reveste a primeira página, são analisados todos os artigos aí localizados, não apenas o publicado nesse espaço – “manchete”, título, “chamada”, “abertura” ou ilustração –, mas também o seu desenvolvimento na secção correspondente no interior do jornal, qualquer que tenha sido o local onde ele surja e qualquer que seja o *tema*. São também analisados os artigos de opinião e o Editorial, independentemente da página/secção em que aparecem publicados.

Excluídos da análise, ainda que mencionados na primeira página, ficam a publicidade, a autopromoção, os classificados, os *cartoons*, a meteorologia, o obituário, a referência a ofertas ou brindes e outros textos não jornalísticos.

Para além dos artigos com presença na primeira página, é incluída no *corpus* a caracterização temática do editorial, onde quer que se localize dentro do jornal, e dos artigos de opinião.

A opção pela análise da *primeira página* e pela *caracterização temática do editorial* e dos artigos de opinião – por definição, os espaços “nobres” do jornal – prende-se com o facto de serem, essencialmente, esses os elementos que melhor lhe definem o perfil e, por conseguinte, aqueles cuja análise permite verificar melhor a adequação desse perfil ao estatuto *editorial* e ao quadro normativo aplicável à imprensa. Os indicadores usados na análise têm como função verificar o cumprimento dessas normas.

A unidade de análise é o artigo ou peça jornalística constituída pelo texto da primeira página e pelo seu desenvolvimento no interior do jornal, nos casos em que não se esgota na primeira página.

Os critérios definidos são transversais à análise de todas as publicações constantes deste Relatório, o que permite a comparabilidade dos dados entre diários e entre semanários.

A análise incide apenas sobre o conteúdo manifesto da unidade de análise (artigo), o que significa que o codificador não utilizou o seu conhecimento geral para complementar ou pressupor elementos informativos não referidos explicitamente no conteúdo da peça jornalística analisada.

A descrição da amostra e a definição dos indicadores da análise da imprensa encontram-se expostas no Anexo III.

c) Acontecimentos dominantes na agenda dos órgãos de comunicação social no período da análise

Diário do Alentejo

- Para uma leitura e apreensão mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida pelo semanário de capitais maioritariamente públicos Diário do Alentejo, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos das respectivas coberturas informativas que integraram a agenda política e social no período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.
- Em 2008, o Diário do Alentejo cobriu acontecimentos de diversas áreas, mas incidiu especialmente nos do domínio político e da cultura, sobretudo nas actividades das autarquias regionais e em eventos culturais da região.
- Ao longo de todo ano, em diferentes momentos e por razões diversas, acontecimentos envolvendo as autarquias de Beja, Mértola, Moura, Odemira, Almodôvar, Castro Verde, Vidigueira, Ferreira do Alentejo, Serpa, Aljustrel, Alcácer do Sal, Santiago do Cacém foram alvo de cobertura por parte do semanário de capitais maioritariamente públicos e deram origem a chamadas e referência nas suas primeiras páginas.
- Foram entrevistados presidentes de vários municípios, nomeadamente o Presidente da Câmara de Mértola em Janeiro, em Fevereiro os autarcas de Odemira e de Castro Verde, o de Serpa em Julho, e foram cobertas assinaturas de protocolos, acordos e reuniões entre municípios do Alentejo e outras entidades, nomeadamente privadas. Além desses eventos, o Diário do Alentejo também deu espaço nas suas páginas a inaugurações, apresentações de projectos e feiras organizadas por algumas autarquias. Só em Agosto, por exemplo, foram cobertas pelo semanário a inauguração do parque industrial em Santiago do Cacém, a inauguração do pólo da Biblioteca de Castro Verde e a inauguração de uma praça em Beja.
- Além dos eventos políticos ligados à actividade das autarquias, também foram cobertas nas primeiras páginas do Diário do Alentejo as actividades dos partidos políticos, em especial do PCP, PSD e PS, bem como políticas do Governo Nacional e as suas consequências para a região do Alentejo. A esse propósito, refira-se a cobertura das políticas para a educação relacionadas com a avaliação de desempenho dos professores, em especial no mês de Novembro, e das políticas para a saúde ligadas ao encerramento das urgências e à insuficiência de médicos em vários hospitais da região, em especial no distrito de Beja.
- Também foram abordados pelo semanário de capitais maioritariamente públicos assuntos relacionados com políticas culturais e políticas de ordenamento do território do Governo ligadas ao Alentejo. As primeiras foram referidas na cobertura do encerramento de vários monumentos por falta de recursos humanos e, as políticas de ordenamento do território, foram chamadas às primeiras páginas do semanário a propósito da decisão da construção do novo aeroporto de Lisboa em Alcochete, ligada à construção de um aeroporto em Beja. Outros assuntos, como o Congresso Alentejo XXI e a revisão da lei eleitoral para as autarquias, também foram cobertos no período em análise.
- Mas, como anteriormente referido, nem só os acontecimentos políticos foram alvo de cobertura pelo Diário do Alentejo. Também eventos ligados à cultura foram referidos nas primeiras páginas, nomeadamente festivais de música (festival musical em Serpa, festival sudoeste na Zambujeira do Mar, festival Músicas do Mundo em Sines, festival de música em Castro Verde), a inauguração de monumentos (monumento de homenagem à mulher alentejana) e exposições de pintura e ilustração, lançamentos de livros e homenagens a algumas personalidades.
- Alguns eventos culturais foram abordados no Diário do Alentejo dando enfoque a cerimónias e celebrações, como é o caso da atribuição de prémios a uma publicação da Bedeteca de Beja e ao

vencedor do prémio ibérico de escultura “Cidade de Serpa”. As comemorações do 25 de Abril, bem como outras efemérides, como por exemplo o centenário do centro republicano de instrução e recreio aljustrelense e o 35º aniversário do golpe de estado de 1973 no Chile, foram outros momentos de celebração noticiados pelo semanário no período analisado.

- Além dos eventos culturais, o Diário do Alentejo realizou a cobertura de outras feiras e congressos relacionados com os sectores da agricultura, pecuária e pesca, nomeadamente a feira de Barrancos, a Ovibeja, a feira das actividades culturais e económicas do Concelho de Odemira e o I Congresso Ibérico do Porco Alentejano.
- Na área laboral, foram noticiadas várias greves, protestos e manifestações, tendo-se destacado, no período em análise no semanário, a greve dos trabalhadores da ETAR de Sines, em Março, e as manifestações de professores a nível nacional, em Abril e em Dezembro.
- O desporto, sobretudo o futebol, também foi um assunto referido ao longo de todo o ano no Diário do Alentejo. Na primeira página foram noticiados acontecimentos relacionados com o campeonato nacional de III divisão e com o campeonato distrital da Associação de Futebol de Beja.

Jornal da Madeira

- Para uma leitura e apreensão mais completas dos dados apurados na análise da informação emitida pelo diário de capitais maioritariamente públicos Jornal da Madeira, considera-se útil identificar, em traços gerais, alguns acontecimentos das respectivas coberturas informativas que integraram a agenda política e social no período em análise: 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2008.
- A cobertura informativa do Jornal da Madeira, em 2008, foi marcada sobretudo por acontecimentos políticos do País e da região autónoma. De Janeiro a Dezembro foram os assuntos ligados à política nacional e regional, nomeadamente a actividade dos órgãos regionais da Madeira (Governo Regional e Assembleia Regional) e das autarquias do arquipélago, os mais frequentes nas primeiras páginas do diário de capitais públicos.
- De um modo genérico, observou-se que alguns dos assuntos políticos que mereceram cobertura no Jornal da Madeira no período analisado foram as relações entre o Governo da República e o Governo Regional da Madeira, a discussão em torno do estatuto do representante da república nas regiões autónomas e o aprofundamento da autonomia dessas regiões, as eleições para a presidência do PSD, bem como outras actividades do partido (quer a nível nacional, quer a nível regional).
- Além destes assuntos, devem referir-se também a revisão do estatuto político administrativo dos Açores, a apresentação dos novos tarifários da TAP para as viagens entre a Madeira e o continente e o fim do monopólio da transportadora aérea nesses voos (com a introdução de companhias *low cost*), as políticas fiscais e de educação da região e a apresentação de projectos para a Madeira quer por parte do Governo Regional, quer de algumas autarquias do arquipélago.
- Os meses com maior incidência da cobertura do Jornal da Madeira em acontecimentos políticos foram Fevereiro, Maio, Julho e Novembro. Em Fevereiro discutiu-se o estatuto do representante da República para as regiões autónomas e a autonomia das regiões autónomas, as relações do Governo da Região da Madeira com o Governo Nacional (com a existência de uma reunião entre o órgão regional e o ministro da Presidência), em Maio o Jornal da Madeira cobriu as eleições para a presidência do PSD e chamou à primeira página as novas regras e tarifários da TAP para os transportes entre a Região Autónoma da Madeira e o continente.

- Em Julho prolongou-se a cobertura sobre os transportes entre o arquipélago e Portugal continental, neste mês a propósito da apresentação dos tarifários de companhia *low-cost* entre Lisboa e o Funchal e foram alvo de discussão as políticas fiscais/financeiras do Governo regional, nomeadamente relacionadas com o atraso na publicação de uma portaria para regulamentação da aplicação do IVA nas regiões autónomas. Novembro pode descrever-se como o mês em que a cobertura do Jornal da Madeira ficou marcada pela apresentação de projectos do Governo Regional (projecto para a nova gare marítima internacional do porto do Funchal; programa de apoio às pequenas e médias empresas; estratégia regional para a segurança e saúde no trabalho) e a discussão do orçamento para a região autónoma da Madeira.
- Além dos acontecimentos ligados à política nacional e regional, também os relacionados com a criminalidade e actividade económica no arquipélago (sobretudo os investimentos no turismo) foram alvo de cobertura pelo diário de capitais maioritariamente públicos ao longo de 2008.
- O futebol, nomeadamente a participação dos clubes da Região Autónoma da Madeira no campeonato da primeira liga e a eleição de Cristiano Ronaldo como melhor jogador do mundo, e alguns acontecimentos relacionados com a igreja católica, também foram assuntos frequentemente acompanhados nas primeiras páginas do Jornal da Madeira ao longo desse ano. Refira-se ainda que o jogador de futebol madeirense Cristiano Ronaldo foi alvo de cobertura pelo Jornal da Madeira não só a propósito das suas vitórias no futebol, mas também por acções de solidariedade e investimentos económicos na região.

2. Diário do Alentejo

a) Nota prévia

O Diário do Alentejo é um semanário regional com capitais exclusivamente públicos, encontrando-se, nessa medida, abrangido pelo artigo 38º, n.º 6 da Constituição da República Portuguesa que contempla a obrigação dos meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião. Esse facto justifica, pois, que o Conselho Regulador preste uma atenção particular a este órgão da imprensa regional.

O Diário do Alentejo foi fundado em 1932 e é propriedade da Associação de Municípios do Baixo Alentejo e Alentejo Litoral (são associadas as câmaras municipais de Alcácer do Sal, Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Barrancos, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Grândola, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Santiago do Cacém, Serpa, Sines e Vidigueira).

No quadro do seu estatuto editorial, o Diário do Alentejo afirmase como um jornal semanário regionalista “independente”, de “informação geral, que pretende através do texto e da imagem dar cobertura aos acontecimentos mais relevantes da região”. Defendendo “posições de neutralidade”, o jornal garante proporcionar “espaço ao pluralismo político e de ideias, aos valores da democracia e da liberdade” e à “expressão de opiniões”, e recusa “quaisquer influências ideológicas ou dos poderes político, económico e religioso”. Compromete-se, no plano editorial e jornalístico, a actuar segundo critérios legais, éticos e deontológicos.

b) Definição da amostra

A análise do Diário do Alentejo abrange os meses de Janeiro a Dezembro de 2008, tendo sido analisados 356 artigos referentes a 26 edições.

A análise não recai sobre todas as matérias publicadas nessas edições, tendo sido avaliados apenas os artigos localizados na primeira página e o seu desenvolvimento no interior do jornal, bem como todos os **editoriais e artigos de opinião integrantes da secção de opinião**. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

A amostra seleccionada baseia-se em indicadores cuja função é verificar o cumprimento das normas aplicáveis à imprensa e à actividade jornalística.

A definição dos indicadores encontra-se no Anexo III.

Esta amostra constitui a segunda fase da análise de conteúdo, prosseguida em continuidade, e respeitando – na maioria dos pontos – os mesmos procedimentos do ano 2007. A intenção é estabelecer comparabilidade anual entre os dados de modo a empreender, futuramente, análises diacrónicas.

c) Caracterização geral e composição da amostra

Jornais Semanários: Amostra

Diário do Alentejo (semanário regional)

FIG. 1 Composição da amostra

Data	Dias da Semana	Mês	N.º de edições	N.º total de artigos
04-Jan-08	Sexta-feira	Janeiro	1	11
18-Jan-08	Sexta-feira	Janeiro	1	11
1-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	12
15-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	12
29-Fev-08	Sexta-feira	Fevereiro	1	15
14-Mar-08	Sexta-feira	Março	1	13
28-Mar-08	Sexta-feira	Março	1	12
11-Abr-08	Sexta-feira	Abril	1	14
25-Abr-08	Sexta-feira	Abril	1	13
9-Mai-08	Sexta-feira	Maio	1	14
23-Mai-08	Sexta-feira	Maio	1	14
6-Jun-08	Sexta-feira	Junho	1	13
20-Jun-08	Sexta-feira	Junho	1	16
4-Jul-08	Sexta-feira	Julho	1	13
18-Jul-08	Sexta-feira	Julho	1	17
1-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	16
15-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	13
29-Ago-08	Sexta-feira	Agosto	1	15
12-Set-08	Sexta-feira	Setembro	1	13
26-Set-08	Sexta-feira	Setembro	1	13
10-Out-08	Sexta-feira	Outubro	1	14
24-Out-08	Sexta-feira	Outubro	1	15
7-Nov-08	Sexta-feira	Novembro	1	16
21-Nov-08	Sexta-feira	Novembro	1	14
5-Dez-08	Sexta-feira	Dezembro	1	14
19-Dez-08	Sexta-feira	Dezembro	1	13
Total (N)	26	12 Meses	26	N = 356

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em números absolutos.

A figura anterior descreve a composição do universo estudado bem como o número de artigos analisados em cada uma das edições.

- Durante o período definido para análise foram contempladas 26 edições, perfazendo um total de 356 artigos.
- O mês de Agosto foi o que registou o maior número de artigos (44).
- Foi no dia 18 de Julho que se registou o maior número de artigos por edição (17).

d) Temas principais

FIG. 2 *Temas principais*

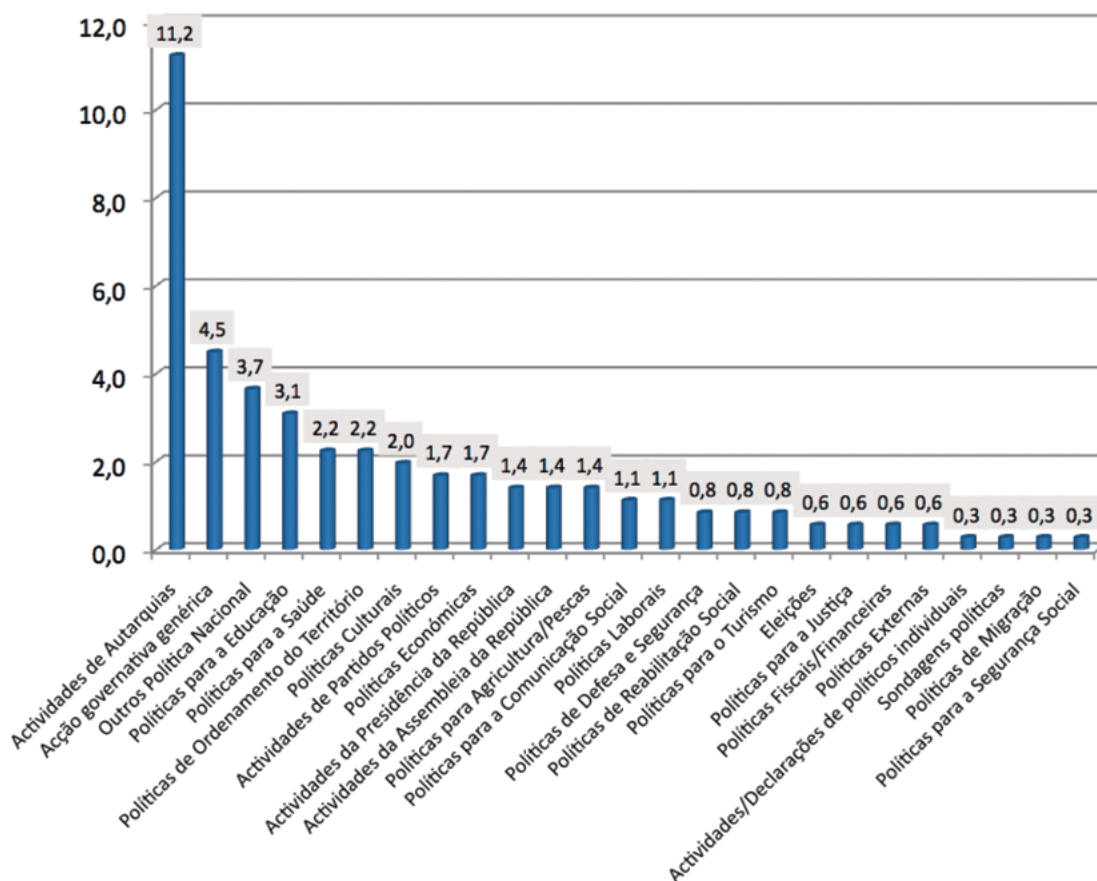
Temas	Diário do Alentejo
Política Nacional/regional	44,7%
Cultura	12,1%
Desporto	8,7%
Economia, Finanças e Negócios	6,2%
Ordem Interna	5,6%
Relações Laborais	5,3%
Saúde e Acção Social	3,7%
Cerimónias e Celebrações	3,1%
Educação	1,7%
Assuntos Internacionais (Política)	1,7%
Comunicação	1,4%
Urbanismo	1,1%
Ciência e Tecnologia	1,1%
Assuntos Comunitários (Política)	1,1%
Ambiente	0,8%
População	0,6%
Defesa	0,6%
Crença e religião	0,6%
Sociedade	-
Total	100% (356)

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Relativamente aos *temas* dos artigos do Diário do Alentejo:

- *Política nacional/regional* é o tema mais frequente, incidindo em 44,7% dos artigos analisados.
- Segue-se *cultura* (com 12,1% de ocorrências) e o terceiro tema com mais artigos na amostra do Diário do Alentejo é *desporto* (8,7%).
- Os temas menos tratados no Diário do Alentejo, a partir desta amostra dos artigos com alguma referência na primeira página são *população*, *defesa*, e *crença e religião* (cada um com 0,6% de incidência no total da amostra). Nesta amostra de 2008, não foram identificados artigos sobre temáticas de *Sociedade* na primeira página do Diário do Alentejo.

FIG. 3 Subtemas dos artigos sobre política nacional/regional

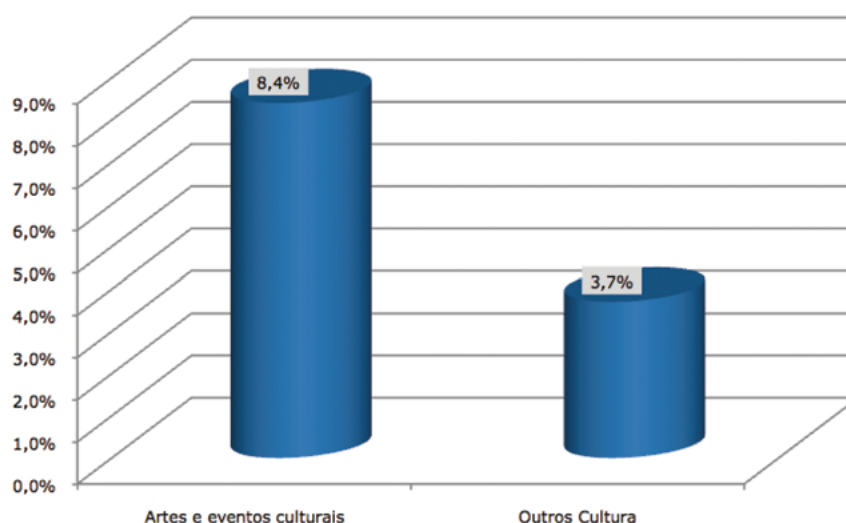


Actores das Autarquias		Actores do Governo		Outros Actores Políticos		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n
38,5	55	39,9	57	21,7	31	100	143

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos sobre política nacional/regional = 159. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Em 44,7% dos artigos analisados do Diário do Alentejo, o tema principal é política nacional/regional.
- Dentro deste grande tema, actividades de autarquias é o assunto mais frequente (aparecendo em 11,2% do total de artigos desta categoria).
- Em muito menor percentagem, aparecem as acções governativas genéricas (incidindo em 4,5% dos artigos de política nacional/regional), outros política nacional (em 3,7%) e políticas para a educação (em 3,1%).

FIG. 4 Subtemas dos artigos sobre cultura

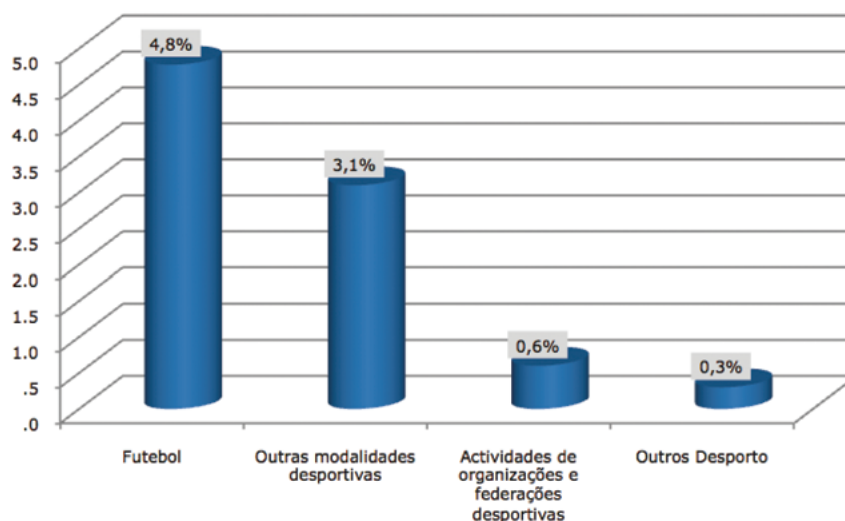


Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos sobre cultura = 43. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Cultura é o segundo *tema* mais frequente nos artigos do Diário do Alentejo, com 43 artigos com referência na primeira página (12,1% do total da amostra).

- Neste grande *tema*, *artes e eventos culturais* é o assunto mais frequente (incidindo em 8,4% da amostra).
- *Outros [temas da] cultura* representaram 3,7% do total de artigos com referência de primeira página nesta amostra do Diário de Alentejo de 2008.

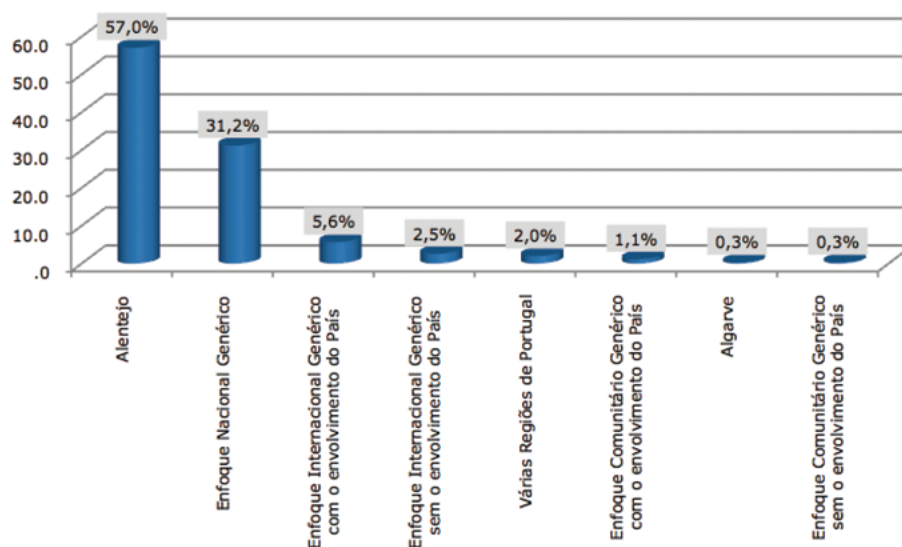
FIG. 5 Subtemas dos artigos sobre desporto



Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos sobre desporto = 31. Outras *modalidades desportivas* inclui os artigos sobre os Jogos Olímpicos. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- O Diário do Alentejo publicou 31 artigos sobre *desporto* com referências na primeira página, o que, nesta amostra de 2008, corresponde a 8,7% do total da amostra.
- Estes artigos têm como subtemas, sobretudo *futebol* (4,8%), *outras modalidades desportivas* (3,1%), *actividades de organizações e federações desportivas* (0,6%) e *outros [temas do] desporto* (0,3%).

FIG. 6 Incidência geográfica dos artigos



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

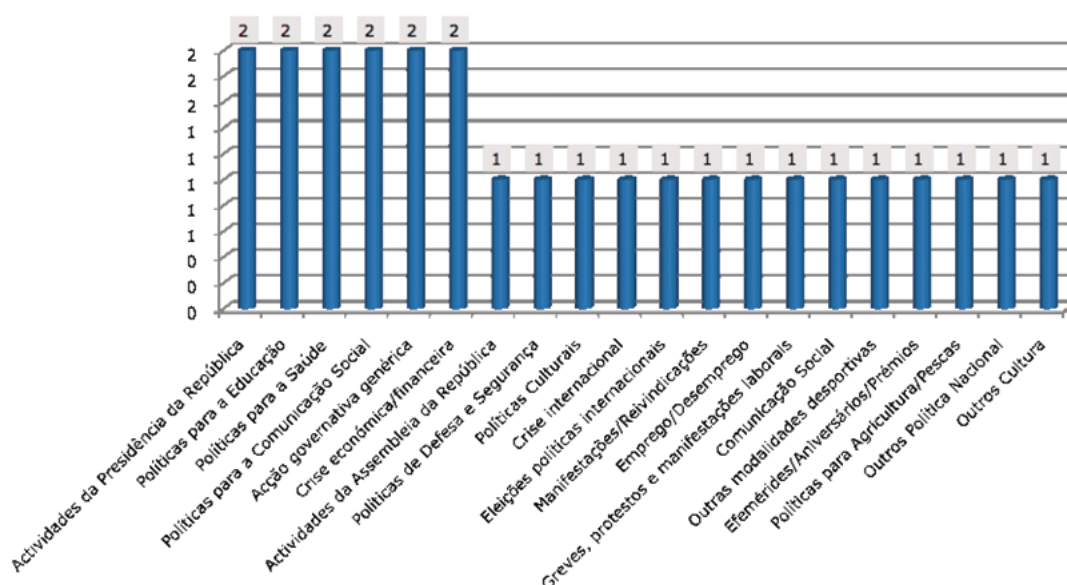
Considerando a *incidência geográfica* dos artigos do Diário do Alentejo:

- O *Alentejo* é a região mais representada no total dos conteúdos, com 57% do total. Neste indicador *geográfico*, o tema mais frequente dos artigos é *política nacional/regional*, que incide em 86 (42,4%) dos 203 artigos focados nessa *região*. Nestes conteúdos, existem 161 *actores* identificáveis, sendo que em 89 (55,3% do total) os *actores* também pertencem à área da *política nacional/regional*. Relativamente ao indicador *valência/tom* face a estes *actores*, em 65 artigos (73%), a

tonalidade revela-se *mais positiva do que negativa*.

- O conjunto das *várias regiões de Portugal* incide em 2% dos artigos da amostra de 2008. Nos artigos publicados na primeira página do Diário do Alentejo, não foi registado nenhum artigo com incidência na *região da Grande Lisboa*, nem no *Centro* ou nas *Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira*.
- As regiões *Algarve* e aquelas com *enfoque comunitário genérico sem o envolvimento do país* são as menos presentes nesta amostra, com um artigo, em cada *região*.

FIG. 7 Subtemas dos Editoriais



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de editoriais publicados = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se apenas aos editoriais.

- Na amostra do Diário do Alentejo, existem 26 editoriais, um em cada edição analisada. Nestes:
- Grande parte dos temas abordados nos editoriais centra-se na temática *política nacional/regional* (em 15 dos casos analisados), distribuindo-se os restantes por temas como *assuntos internacionais, economia, finanças e negócios e relações laborais* (respectivamente em dois editoriais cada) e *ordem interna, cultura, comunicação, desporto e cerimónias e celebrações*.
- No caso dos editoriais em que a temática principal abordada se centra na *política nacional/regional*, destaca-se os subtemas *actividades da presidência da república, políticas para a educação, políticas para a saúde, políticas para a comunicação social e acção governativa genérica*.
- Em 16 dos 26 editoriais os *actores* são identificados, sendo, na maioria, da área da *política nacional/regional* (em 10 editoriais), nomeadamente actores do Governo Nacional (*ministros e primeiro-ministro*), todos com uma valência/tom negativa(o).

FIG. 8 Subtemas dos Artigos de Opinião

Subtemas	Diário do Alentejo
Acção governativa genérica	9,1
Outros Política Nacional	7,6
Políticas para a Educação	3,8
Políticas Económicas	3,8
Políticas de Ordenamento do Território	3,0
Políticas Laborais	3,0
Actividades da Assembleia da República	2,3
Actividades de Partidos Políticos	2,3
Actividades de Autarquias	2,3
Políticas para a Saúde	2,3
Actividades da Presidência da República	1,5
Políticas Fiscais/Financeiras	1,5
Políticas Externas	1,5
Políticas para a Comunicação Social	1,5
Políticas para Agricultura/Pescas	1,5
Eleições	0,8
Políticas para a Justiça	0,8
Políticas para a Segurança Social	0,8
Políticas de Defesa e Segurança	0,8
Políticas Culturais	0,8
Políticas de Reabilitação Social	0,8
Total Política Nacional/regional	51,5% (68)
Greves, protestos e manifestações laborais	5,3
Emprego/Desemprego	3,0
Acções sindicais	0,8
Total Relações Laborais	9,1% (12)
Futebol	3,0
Outras modalidades desportivas	1,5
Actividades de organizações e federações desportivas	0,8
Jogos Olímpicos	0,8
Total Desporto	6,1% (8)
Artes e eventos culturais	3,0
Outros Cultura	2,3
Total Cultura	5,3% (7)

Manifestações/Reivindicações	2,3
Crimes	0,8
Actividades policiais	0,8
Actividades de Bombeiros e Protecção Civil	0,8
Total Ordem interna	4,5% (6)
Funcionamento do sistema de saúde	3,0
Segurança e Assistência Social	0,8
Total Saúde e Acção Social	3,8%(5)
Efemérides/Aniversários/Prémios	3,8
Total Cerimónias e Celebrações	3,8% (5)
Eleições políticas internacionais	1,5
Acções governativas/Estado	0,8
Atentados e terrorismo	0,8
Total Assuntos Internacionais	3,0% (4)
Políticas comunitárias	3,0
Total Assuntos Comunitários	3,0% (4)
Indicadores económicos	1,5
Agricultura e pescas	0,8
Crise económica/financeira	0,8
Total Economia, Finanças e Negócios	3,0% (4)
Ensino Superior	0,8
Outros Educação	0,8
Total Educação	1,5%(2)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,5
Total Ambiente	1,5% (2)
Transportes e infra-estruturas	1,5
Total Urbanismo	1,5% (2)
Comunicação Social	1,5
Total Comunicação	1,5% (2)
Cristianismo católico	0,8
Total Crença e Religião	0,8% (1)
Total	100 % (132)

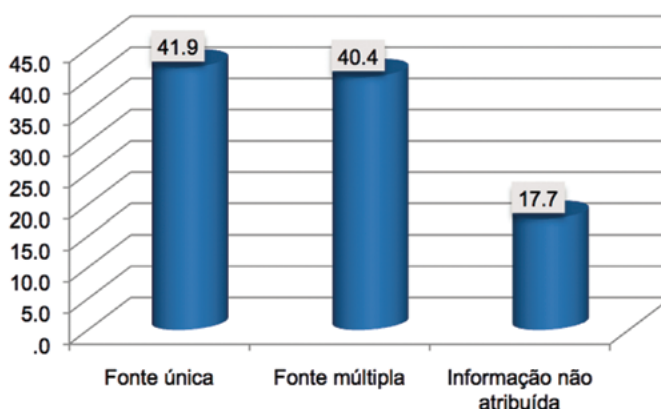
Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos de opinião publicados= 132. Valores em percentagem. Os dados referem-se apenas aos artigos de opinião.

Do total de artigos analisados na amostra do Diário do Alentejo 132 são artigos de opinião (37,1%). Analisando as temáticas abordadas por estes artigos constata-se que:

- Mais de metade dos artigos considerados debruçam-se sobre assuntos de *política nacional/regional* (51,5%). Os seguintes temas mais abordados, embora em muito menor número, são *relações laborais* (9,1%) e *desporto* (6,1%). As restantes temáticas apresentam valores residuais inferiores a 5%.
- No âmbito da *política nacional/regional*, as categorias relacionadas com *actividades governativas genéricas* e *outros política nacional/regional* são as mais frequentadas (9,1% e 7,6%, respectivamente). Seguem-se *políticas para a educação*, *políticas económicas*, *políticas de ordenamento do território* e *políticas laborais*. As restantes categorias apresentam valores residuais por volta dos 2%.

e) Fontes de informação principais

FIG. 9 Número de fontes de informação



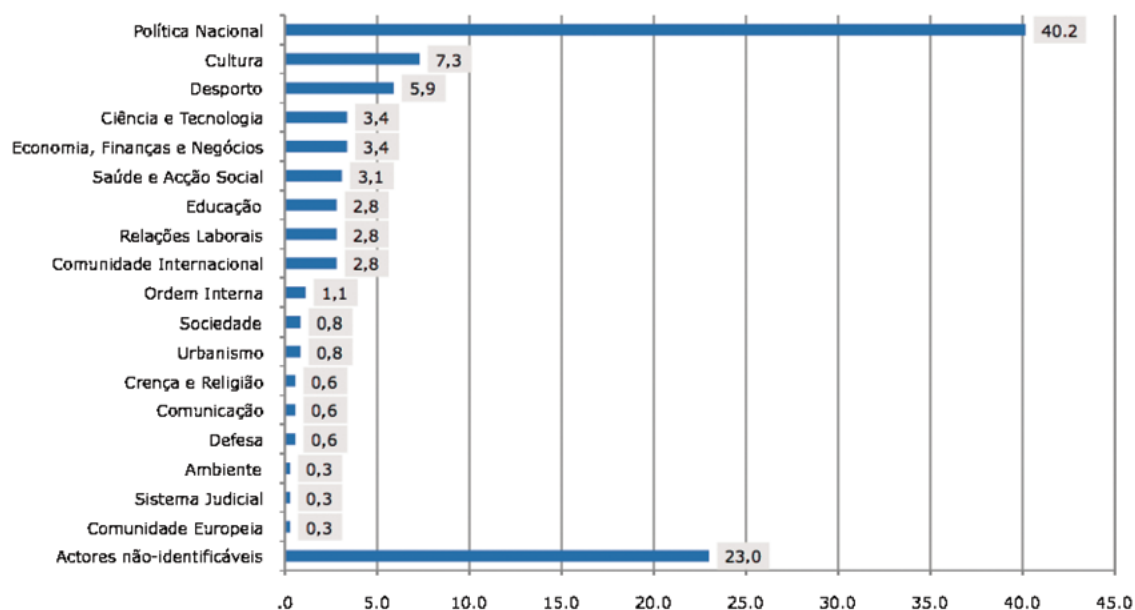
Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com fontes de informação identificadas = 163. Total de artigos com informação não atribuída = 35. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados no Diário do Alentejo, 163 (45,8% do total) têm fontes de informação identificadas, sendo que:

- A maioria dos conteúdos possui *fonte única* (41,9% do total de casos).
- Apenas em 40,4% dos artigos da amostra é consultada mais do que uma *fonte* de informação (*fonte múltipla*).
- Em 17,7%, os artigos não têm fontes; ou seja, a *informação* [é] *não atribuída*.
- Importa ressaltar que o *tema* mais frequente na amostra do Diário do Alentejo – *política nacional/regional* – apresenta mais vezes *fonte* de informação *única* (47) do que *fontes múltiplas* (25).

f) Principais actores

FIG. 10 Áreas a que pertencem os principais actores

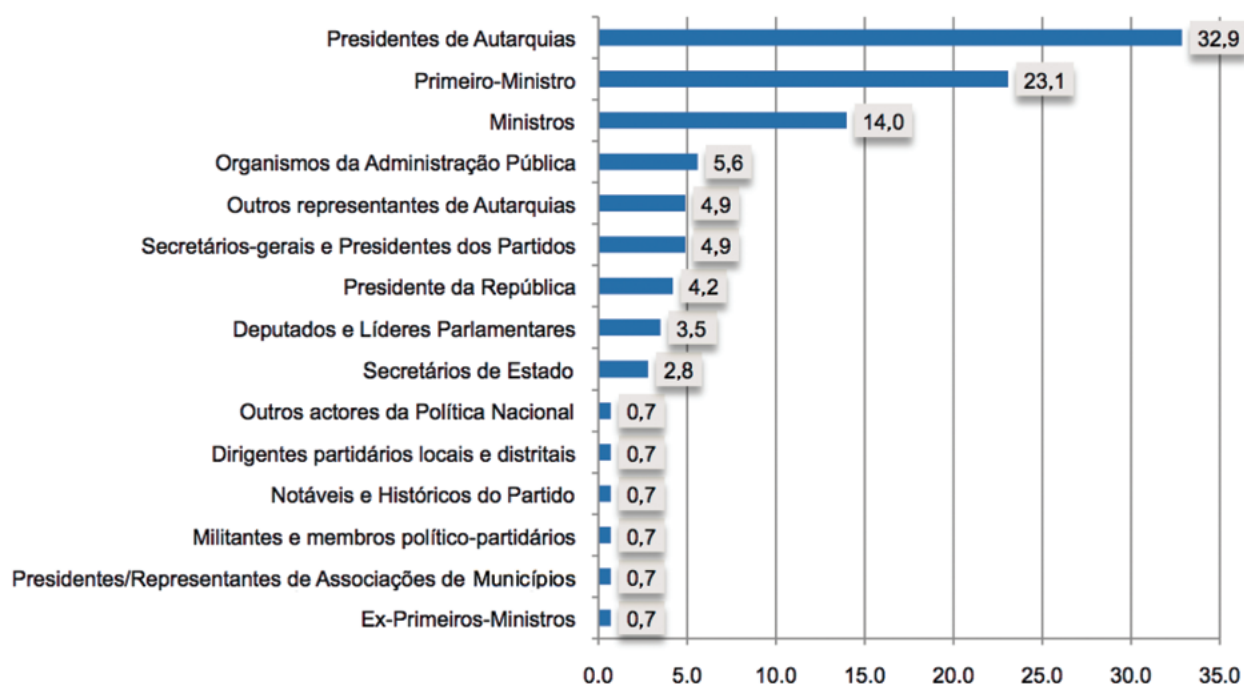


Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores identificados = 274. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 274 (77%) têm actores identificados, sendo que:

- 40,2% dos protagonistas representados na amostra pertencem à área da *política nacional/regional*.
- Com uma diferença assinalável na distribuição dos artigos com actores identificados, surgem os da área da *cultura* (em 7,3% do total da amostra); seguidos pelos ligados às temáticas do *desporto* (5,9% da amostra).
- Em 2008, os actores com referência no Diário do Alentejo e com frequência intermédia são, respectivamente, da área da *ciência e tecnologia* e da *economia, finanças e negócios* (cada uma com 3,4%); da *saúde e acção social* (3,1%) e da *educação, relações laborais* e *comunidade internacional* (cada uma com 2,8% das peças da amostra).
- Os actores menos presentes na amostra pertencem às áreas temáticas: *ordem interna* (1,1%); *sociedade (cidadãos)* e *urbanismo* (0,8% cada); *defesa, comunicação* e *crença e religião* (cada com 0,6%), *ambiente, sistema judicial* e *comunidade europeia* (0,3% cada).
- Em 23% dos artigos, não foram identificados actores.

FIG. 11 Principais actores da área da política nacional/regional

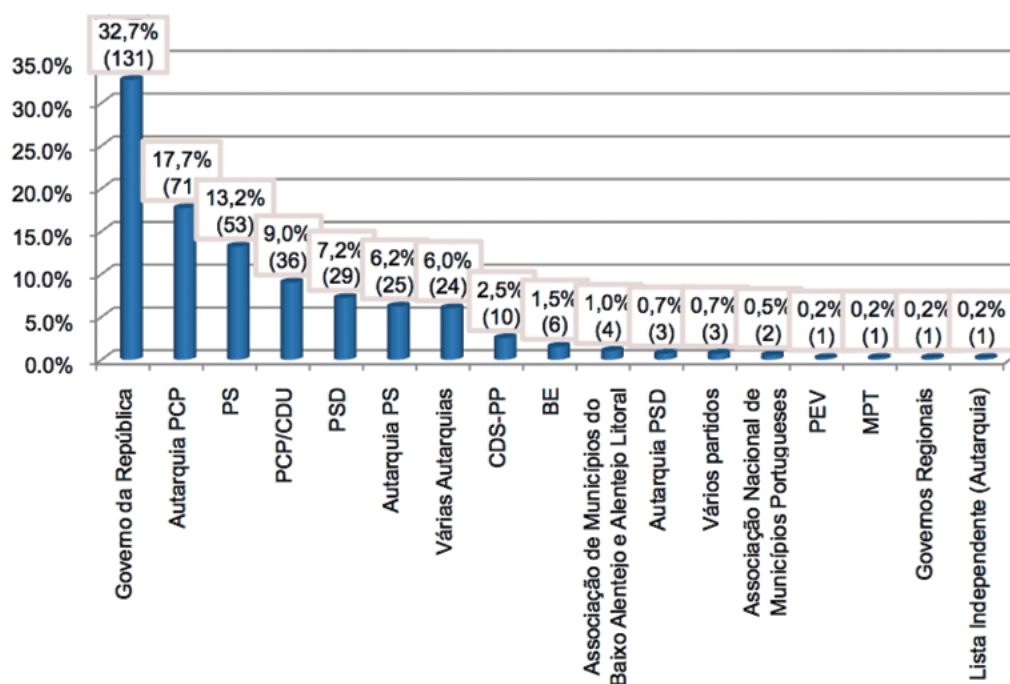


Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da política nacional/regional = 143. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 143 (40,2%) possuem actores da área política nacional/regional. Destes:

- A subcategoria *Presidentes de autarquias* correspondeu aos actores mais representados (em 32,9% dos casos totais da categoria *Política Nacional/regional*).
- O primeiro-ministro, os ministros do Governo e os secretários de Estado protagonizam 23,1%, 14% e 2,8%, respectivamente, do total de artigos com actores da política nacional/regional. Ou seja, agregados representam 39,9% dos artigos desta categoria.
- Comparativamente, menos presentes estiveram os representantes de *organismos da Administração Pública* (5,6%), os *secretários-gerais* e os *presidentes dos partidos*, a par de *outros representantes das autarquias* (cada um com 4,9% do total da amostra).
- Na valência/tom face aos actores da área da política nacional/regional, 52 dos 143 artigos têm valência/tom negativa (36,4%), 77 (53,8%), positiva e 14 (9,8%), neutra.

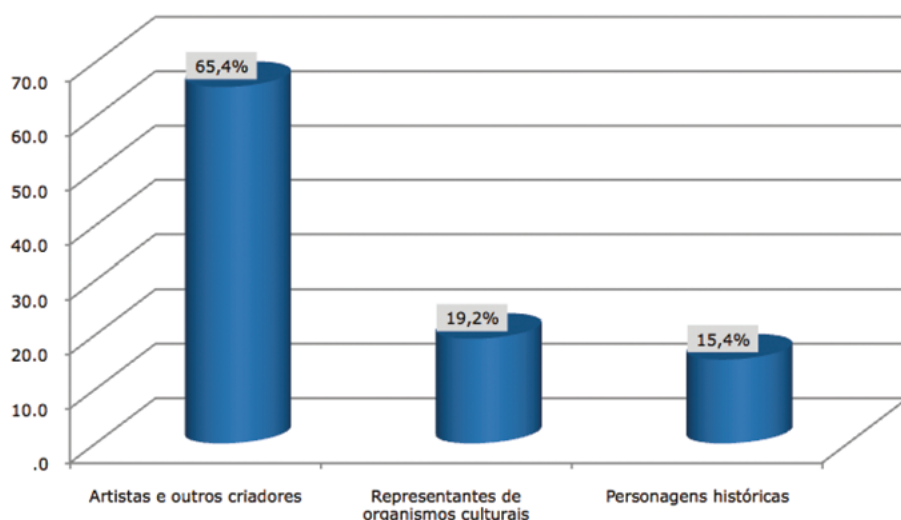
FIG. 12 Formações do campo político-partidário



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da política nacional/regional = 143. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião. Variável de resposta múltipla, num mesmo artigo regista-se a presença ou referência a vários partidos ou formações político-partidárias.

- Recorda-se que a amostra utilizada possui dimensão reduzida sendo o erro *máximo* de 13,7%.
- Por outro lado, como exposto no início do capítulo, é analisada apenas a 1ª página de cada edição e os artigos nela citados e não toda a edição, abrangendo um total de 356 artigos.
- Assim, os dados sobre a representação político-partidária devem ser lidos como tendências.
- Os dados mostram que a presença do Governo e o PS, em conjunto, representam 45,9%, seguindo-se as autarquias do PCP, o PCP/CDU e o PEV que, em conjunto, contam com 26,9%, o PSD e as autarquias do PSD com 7,9%, o CDS/PP com 2,5% e o BE com 1,5%. Com valores reduzidos encontram-se outros autarcas e autarquias e associações de municípios. Estes dados correspondem à representação político-partidária das autarquias da região em que a coligação CDU (PCP/PEV) é maioritária.

FIG. 13 Principais actores da área da cultura



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área da cultura = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Embora com presença diminuta, com 26 artigos (7,3% da amostra) no conjunto dos artigos analisados, os *actores da cultura* constituem o segundo grupo de *actores* mais frequente no Diário do Alentejo. Nesta área:

- Destaca-se, principalmente, a subcategoria *artistas e outros criadores* (65,4%).
- *Representantes de organismos culturais* representam 19,2% dos *actores* da área da cultura.
- Já as *personagens históricas* incidem em 15,4% dos artigos com *actores* identificados.
- Relativamente ao indicador *valência/tom* face ao total de *actores* deste grande tema, 25 (96,2%) dos 26 artigos têm *valência/tom positivo* e um tem *valência/tom negativo*.

FIG. 14 Principais actores da área das relações laborais

Categorias actores Relações Laborais	Diário do Alentejo
Representantes Centrais, Federações e Ass. Sindicais	10
Total	10

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores da área das relações laborais = 10. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- O Diário do Alentejo representa nos seus artigos dez actores da área das *relações laborais*. Especificamente, são *representantes de centrais, federações e associações sindicais*.
- Considerando o indicador *valência/tom* face ao total de *actores* deste grande *tema*, os dez artigos considerados apresentam *valência/tom positivo*.

g) Rigor no tratamento da informação

FIG. 15 Valência/tom do discurso face ao principal actor

Áreas dos actores	Diário do Alentejo			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Presidentes de autarquias	2,1%	6,4%	91,5%	100% (47)
Primeiro-Ministro	84,8%	9,1%	6,1%	100% (33)
Ministros	85%	-	15%	100% (20)
Organismos da Administração Pública	-	25%	75%	100% (8)
Secretários-gerais e presidentes dos partidos	14,3%	28,6%	57,1%	100% (7)
Outros representantes de Autarquias	14,3%	14,3%	71,4%	100% (7)
Presidente da República	16,7%	33,3%	50%	100% (6)
Deputados e líderes parlamentares	40%	-	60%	100% (5)
Secretários de Estado	-	25%	75%	100% (4)
Ex-Primeiros-Ministros	100%	-	-	100% (1)
Presidentes/Representantes de Associações de Municípios	-	-	100%	100% (1)
Militantes e membros político-partidários	-	-	100%	100% (1)
Outros actores da Política Nacional	-	-	100%	100% (1)
Notáveis e Históricos do Partido	-	-	100%	100% (1)
Dirigentes partidários locais e distritais	-	-	100%	100% (1)
Total Política Nacional/regional	36,4% (52)	9,8% (14)	53,8% (77)	100% (143)
Representantes de organismos culturais	-	-	100%	100% (5)
Artistas e outros criadores	-	-	100%	100% (17)
Personagens históricas	25%	-	75%	100% (4)
Total Cultura	3,8% (1)	-	96,2% (25)	100% (26)
Dirigentes desportivos	-	40%	60%	100% (5)
Atletas e técnicos desportivos	6,3%	-	93,8%	100% (16)
Total Desporto	4,8% (1)	9,5% (2)	85,7% (18)	100% (21)
Especialistas, técnicos e cientistas	8,3% (1)	-	91,7% (11)	100% (12)
Total Ciência e Tecnologia	8,3% (1)	-	91,7% (11)	100% (12)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	-	-	100%	100% (10)
Total Relações Laborais	-	-	100% (10)	100% (10)

Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	-	14,3%	85,7%	100% (7)
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	-	100%	-	100% (1)
Representantes da Ordem dos Médicos	-	-	100%	100% (2)
Outros funcionários do Sistema de Saúde e Acção Social	-	-	100%	100% (1)
Total Saúde e Acção Social	-	18,2% (2)	81,8% (9)	100% (11)
Representantes de organismos de educação	-	-	100%	100% (6)
Professores e técnicos de educação	-	-	100%	100% (2)
Estudantes, associações estudantis e encarregados de educação	-	50%	50%	100% (2)
Total Educação	-	10% (1)	90% (9)	100% (10)
Governador do Banco de Portugal	100%	-	-	100% (2)
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	20%	-	80%	10% (5)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	-	50%	50%	100% (4)
Outros actores da Economia, Finanças e Negócios	-	100%	-	100% (1)
Total Economia, Finanças e Negócios	25% (3)	25% (3)	50% (6)	100% (12)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	44,4%	11,1%	44,4%	100% (9)
Outros actores da Comunidade Internacional	-	-	100%	100% (1)
Subtotal Comunidade Internacional (Política)	40% (4)	10% (1)	50% (5)	100% (10)
Representantes dos Bombeiros e Protecção Civil	-	-	100%	100% (3)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	-	100%	-	100% (1)
Total Ordem Interna	-	25% (1)	75% (3)	100% (4)
Cidadãos comuns crianças	-	-	100%	100% (1)
Cidadãos comuns adultos	-	-	100%	100% (1)
Representantes de entidades sem fins lucrativos	-	-	100%	100% (1)
Subtotal Sociedade (Cidadãos)	-	-	100% (3)	100% (3)
Oficiais Gerais	-	-	100%	100% (1)
Outros elementos das Forças Armadas	-	-	100%	100% (1)
Total Defesa	-	-	100% (2)	100% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	-	-	100%	100% (1)
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	-	-	100%	100% (1)
Total Comunicação	-	-	100% (2)	100% (2)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	-	33,3%	66,7%	100% (3)
Total Urbanismo	-	33,3% (1)	66,7% (2)	100% (3)
Representantes da Ordem dos Advogados	-	-	100%	100% (1)
Total Sistema Judicial	-	-	100% (1)	100% (1)
Representantes de Organizações da UE	100%	-	-	100% (1)
Total Comunidade Europeia (UE) Política	100% (1)	-	-	100% (1)
Representantes de Associações ambientalistas/Conservação da natureza	-	-	100%	100% (1)
Total Ambiente	-	-	100% (1)	100% (1)
Crentes	-	-	50%	100% (1)
Líderes religiosos	-	50%	-	100% (1)
Total Crença e Religião	-	50% (1)	50% (1)	100% (2)
Total	22,7% (63)	9,7% (26)	67,5% (185)	100% (274)

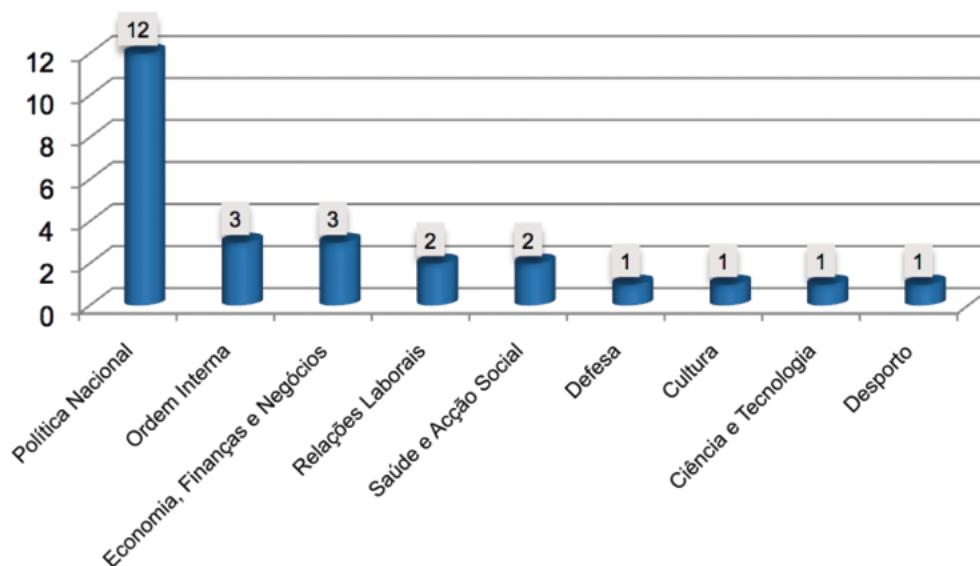
Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com actores principais identificados = 274. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 274 (77%) têm *actores* identificados. Relativamente ao indicador *valência/tom* face ao *actor* principal dos conteúdos:

- Os artigos com *valência/tom positivos* são majoritários no Diário do Alentejo (67,5%). Seguem-se os artigos com *valência/tom negativos* (22,7%) e *neutro* (9,7%), estes em minoria.
- Do conjunto de *protagonistas*, os mais presentes – aqueles que pertencem à área da *política nacional/regional* - foram sobretudo associados à *valência/tom positivos* (53,8%). Com esta *valência/tom* destacam-se os *presidentes de autarquias*, os *secretários de Estado* e *outros representantes de autarquias*. O conjunto de *actores da política nacional/regional* corresponde ainda a 36,4% de artigos de *valência/tom negativa* e a 9,8% de *neutra* dentro desta subcategoria. Os *protagonistas da política nacional/regional* mais associados a uma *valência/tom negativa* são os *membros do Governo (ministros e primeiro-ministro)*.
- Também orientados por referências de *valência/tom* predominantemente *positivos* figuram nesta amostra do Diário do Alentejo de 2008, os *protagonistas das áreas da cultura* (96,2%) e do *desporto* (85,7%).
- A *valência/tom neutro* foi utilizado de forma residual na amostra do Diário do Alentejo, não se tendo destacado em nenhuma categoria de *protagonistas*.

h) Contextualização da informação

FIG. 16 *Temas das manchetes*



Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de *manchetes* publicadas = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Das 26 *manchetes* identificadas no Diário do Alentejo na amostra de 2008, as subcategorias mais frequentadas correspondem às várias temáticas ligadas à *política nacional/regional*, em particular as *actividades das autarquias* e as políticas governamentais em vários domínios - *educação, defesa e segurança, cultura, ordenamento e território, agricultura e pescas e turismo*.
- As *manchetes* do Diário do Alentejo reflectem também sobre temáticas relacionadas com a *ordem interna e economia, finanças e negócios* presentes em três artigos cada.
- Entre os *temas* aos quais menos foi atribuída *manchete* figuram, com dois artigos cada, os associados às *relações laborais e saúde e acção social* e - com um artigo cada - os *temas da defesa, da cultura, da ciência e tecnologia e do desporto*.

FIG. 17 Principais actores das manchetes



Actores das autarquias		Actores do Governo		Outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
26,9	7	3,8	1	65,4	17	3,8	1	100	26

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de manchetes publicadas = 26. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando as 26 *manchetes* que compõem a amostra analisada do Diário do Alentejo:

- *Presidentes de autarquias* são os *actores* mais frequentes, pelo que aparecem em 23,1% do total das *manchetes*.

- *Especialistas, técnicos e cientistas* preenchem a categoria seguinte, com 11,5% das manchetes da amostra. Num nível de frequência intermédia nas *manchetes* surgem, com 7,7% do total de *manchetes* desta amostra, os *grandes empresários e representantes de associações de empresariais*, os *representantes de organismos da Administração Pública*, e os *representantes de centrais, federações e associações sindicais*.
- Num nível de menor frequência nas *manchetes* surgem vários *actores* das áreas *temáticas*: do *desporto*, da *saúde e acção social*, *cidadãos comuns adultos*, *elementos das Forças Armadas*, das *autarquias*, da *economia, finanças e negócios*, de *associações ambientalistas* e da *educação*.
- O *primeiro-ministro* inclui-se neste grupo com menor presença, surgindo em 3,8% do total das *manchetes* da amostra.
- Também em 3,8% das *manchetes*, os *actores não são identificáveis*.

FIG. 18 Subtemas dos artigos com imagens

Subtemas	Diário do Alentejo
Actividades de autarquias	13,8%
Políticas para a educação	1,8%
Políticas para a saúde	1,8%
Políticas culturais	1,8%
Políticas de ordenamento do território	1,8%
Actividades de partidos políticos	0,9%
Políticas económicas	0,9%
Políticas externas	0,9%
Políticas laborais	0,9%
Políticas para agricultura/pescas	0,9%
Acção governativa genérica	0,9%
Actividades da Presidência da República	0,4%
Actividades da Assembleia da República	0,4%
Actividades/declarações de políticos individuais	0,4%
Sondagens políticas	0,4%
Políticas de migração	0,4%
Políticas para a segurança social	0,4%
Políticas de defesa e segurança	0,4%
Políticas de reabilitação social	0,4%
Políticas para o turismo	0,4%
Outros Política Nacional	1,8%
Total Política Nacional/regional	32% (72)
Artes e eventos culturais	10,7%
Outros Cultura	4,9%
Total Cultura	15,6% (35)
Futebol	6,2%
Outras modalidades desportivas	3,6%
Jogos olímpicos	0,9%
Actividades de organizações e federações desportivas	0,4%
Outros Desporto	0,4%
Total Desporto	11,6% (26)
Manifestações/reivindicações (não laborais)	2,7%
Actividades de bombeiros e protecção civil	1,3%
Crimes	0,9%
Incêndios	0,9%
Acidentes e catástrofes	0,4%
Actividades policiais	0,4%
Total Ordem Interna	6,7% (15)
Agricultura e pescas	3,1%
Empresas e negócios	1,3%
Indicadores económicos	0,9%
Turismo	0,4%
Outros Economia, Finanças e Negócios	0,9%
Total Economia, Finanças e Negócios	6,7% (15)

Greves, protestos e manifestações laborais	3,1%
Emprego/Desemprego	1,3%
Acções sindicais	1,3%
Total Relações Laborais	5,8% (13)
Funcionamento do sistema de saúde	3,1%
Segurança e Assistência Social	1,8%
Outros Saúde e Acção Social	0,4%
Total Saúde e Acção Social	5,3% (12)
Efemérides/Aniversários/Prémios	2,2%
Outras Cerimónias e Celebrações	0,9%
Total Cerimónias e Celebrações	3,1% (7)
Ensino Superior	1,3%
Outros Educação	0,9%
Total Educação	2,2% (5)
Eleições políticas internacionais	0,9%
Acções governativas/Estado	0,4%
Atentados e terrorismo	0,4%
Total Assuntos Internacionais (Política)	1,8% (4)
Políticas comunitárias	1,8%
Total Assuntos Comunitários (Política)	1,8% (4)
Investigação científica	0,4%
Inovação e desenvolvimentos tecnológicos	0,4%
Outros Ciência e Tecnologia	0,9%
Total Ciência e Tecnologia	1,8% (4)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,3%
Total Ambiente	1,3% (3)
Comunicação Social	0,9%
Tecnologias da Informação e da Comunicação	0,4%
Total Comunicação	1,3% (3)
Cristianismo católico	0,9%
Total Crença e Religião	0,9% (2)
Actividades das Forças Armadas	0,9%
Total Defesa	0,9% (2)
Imigração	0,9%
Total População	0,9% (2)
Transportes e infra-estruturas	0,4%
Total Urbanismo	0,4% (1)
Total	100 (225)

Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos com imagens = 225. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos analisados do Diário do Alentejo, 225 (63,2% do total) possuem *imagens*. Nestes:

- Os temas mais frequentes são *política nacional/regional* (incidindo em 32% dos artigos desta categoria *temática*) e *cultura* (em 15,6%).
- Os assuntos que mereceram mais artigos *com imagens* são *actividades de autarquias* (em 13,8% dos casos) e *artes e eventos culturais* (em 10,7%).

FIG. 19 Actores dos artigos com imagens

Actores	%
Presidentes de Autarquias	14,7%
Ministros	4,0%
Primeiro-Ministro	3,1%
Organismos da Administração Pública	2,7%
Outros representantes de Autarquias	2,7%
Secretários-gerais e Presidentes dos Partidos	1,3%
Deputados e Líderes Parlamentares	1,3%
Presidente da República	0,9%
Ex-Primeiros-Ministros	0,4%
Secretários de Estado	0,4%
Militantes e membros político-partidários	0,4%
Total Política Nacional/regional	32% (72)
Artistas e outros criadores	6,2%
Representantes de organismos culturais	2,2%
Personagens históricas	1,8%
Total Cultura	10,2% (23)
Atletas e técnicos desportivos	6,7%
Dirigentes desportivos	1,3%
Total Desporto	8,0% (18)
Pequenos e médios, e empresários por conta própria	1,8%
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	1,3%
Governador do Banco de Portugal	0,4%
Outros actores da Economia, Finanças e Negócios	0,4%
Total Economia, Finanças e Negócios	4,0% (9)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	2,2%
Representantes da Ordem dos Médicos	0,9%
Outros funcionários do Sistema de Saúde e Acção Social	0,4%
Beneficiários, utilizadores e associações de utentes	0,4%
Total Saúde e Acção Social	4,0% (9)
Especialistas, técnicos e cientistas	4,0%
Total Ciência e Tecnologia	4,0% (9)
Representantes de organismos de educação	2,2%
Professores e técnicos de educação	0,9%
Total Educação	3,5% (7)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	2,7%
Outros actores da Comunidade Internacional	0,4%
Total Comunidade Internacional (Política)	3,1% (7)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	3,1%
Total Relações Laborais	3,1% (7)
Representantes dos Bombeiros e Protecção Civil	1,3%
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	0,4%
Total Ordem Interna	1,8% (4)
Representantes de Organizações da UE	0,4%
Total Comunidade Europeia	0,4% (1)
Oficiais Gerais	0,4%
Outros elementos das Forças Armadas	0,4%
Total Defesa	0,9% (2)
Representantes de associações ambientalistas/conservação da natureza	0,4%
Total Ambiente	0,4% (1)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	0,4%
Total Urbanismo	0,4% (1)
Líderes religiosos	0,4%
Crentes	0,4%
Total Crença e Religião	0,9% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	0,4%
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	0,4%
Total Comunicação	0,9% (2)
Cidadãos comuns crianças	0,4%
Cidadãos comuns adultos	0,4%
Total Sociedade	0,9% (2)
Actores não identificáveis	21,8% (49)
Total	100% (225)

Actores das autarquias		Actores do Governo		Outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
17,3%	39	7,6%	17	53,3%	71	21,8%	49	100%	225

Total de artigos publicados e analisados = 356. Total de artigos com imagens = 225. Total de artigos com imagens e actores principais identificados = 176. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 356 artigos que compõem a amostra do Diário do Alentejo, 225 (63,2%) apresentam *imagens*, sendo que:

- Os *actores* mais representados nos artigos com *imagens* pertencem a três áreas; da *política nacional/regional* (em 32% do total de artigos com *imagens*), da *cultura* (em 10,2%) e do *desporto* (8%).
- Os artigos com *imagens* com *actores* da *política nacional/regional* têm, maioritariamente, *valência/tom positivo* (em 76,4% destes artigos) e enquadram-se, principalmente, no *Alentejo* (em 79,2% dos artigos com *imagens* com *actores* da *política nacional/regional*).
- Os *actores* mais presentes nos artigos sobre a região *Alentejo* são os *presidentes de autarquias* (27,2%) e *artistas e outros criadores* (8,8%).
- Do total de artigos com *imagens*, 21,8% têm *actores não identificáveis*. São, concretamente, 49 artigos, sobretudo das *temáticas desporto* (nove artigos, ou seja, 18,4% do total), *política nacional/regional* (sete artigos, ou seja, 14,3%) e *economia, finanças e negócios e cultura* (cada uma com seis artigos correspondentes a 12,2% do total, por *tema*).

FIG. 20 Espaço que o artigo ocupa na página, por temas

Temas	Diário do Alentejo			Total
	Ocupa uma ou mais páginas	Artigo dominante na página	Artigo secundário na página	
Política Nacional/regional	35,4%	53,3%	36,1%	44,9%
Cultura	35,4%	8,2%	8,2%	11,9%
Economia, Finanças e Negócios	8,3%	6,0%	5,7%	5,7%
Desporto	10,4%	7,6%	9,8%	8,8%
Saúde e Acção Social	-	4,9%	3,3%	3,7%
Cerimónias e Celebrações	2,1%	2,2%	4,9%	3,1%
Relações Laborais	2,1%	4,9%	7,4%	5,4%
Educação	-	1,6%	2,5%	1,7%
Ambiente	-	0,5%	1,6%	0,8%
Urbanismo	-	0,5%	1,6%	0,8%
População	-	1,1%	-	0,6%
Sociedade	-	-	-	-
Defesa	-	0,5%	0,8%	0,6%
Ordem Interna	2,1%	4,9%	8,2%	5,6%
Comunicação	-	1,1%	2,5%	1,4%
Ciência e Tecnologia	2,1%	1,6%	-	1,1%
Total	100% (48)	100% (184)	100% (122)	100% (354)

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos cujo desenvolvimento se esgota na primeira página = 2. Valores em percentagem e números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando a dimensão e paginação dos artigos enquanto indicadores de valorização *editorial* dos assuntos abordados, observa-se que:

- A maior parte dos artigos que compõem a amostra do Diário do Alentejo são *dominantes na página* (184). Seguem-se os artigos *secundários na página* (122) e os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* (48).
- Do conjunto dos artigos *dominantes na página*, destaca-se a *temática política nacional/regional* (incidindo em 53,3% do total de casos deste indicador).
- Nos artigos *secundários na página*, os temas mais presentes são também *política nacional/regional* (em 36,1% dos casos deste indicador), *desporto* (9,8%), *cultura* e *ordem interna* (cada um em 8,2%) e *relações laborais* (7,4%).
- Os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* são, sobretudo, sobre *política nacional/regional* e *cultura* (em 35,4% dos casos deste indicador) e *desporto* (em 10,4%).

i) Presença/referência a crianças e jovens

FIG. 21 Condição em que aparecem as crianças/jovens

Condição em que aparecem as crianças/jovens	n	%
Contexto escolar	5	45,5%
Contexto familiar/lazer	3	27,3%
Vítima de acidentes	2	18,2%
Vítima de crimes	1	9,1%
Total	11	100%

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 11. Valores em números absolutos e percentagens. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Do total de artigos analisados no Diário do Alentejo, registam-se apenas 11 artigos (3,1% da amostra) com *presença/referência a crianças/jovens*.
- Destes conteúdos, a maioria mencionam as *crianças/jovens em contexto escolar* (5) ou em *contexto familiar/lazer* (3). Nos restantes artigos as *crianças/jovens* surgem na *condição* de *vítimas de acidentes* ou de *crimes*.

FIG. 22 Temas dos artigos com presença/referência a crianças/jovens

Temas	n	%
Políticas para a Educação	3	27,3%
Actividades de Autarquias	1	9,1%
Actividades policiais	1	9,1%
Funcionamento do sistema de saúde	1	9,1%
Tecnologias da Informação e da Comunicação	1	9,1%
Outros Cultura	1	9,1%
Outros Desporto	1	9,1%
Outras modalidades desportivas	1	9,1%
Outros saúde e acção social	1	9,1%
Total	11	100%

Total de artigos publicados e analisados no Diário do Alentejo = 356. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 11. Valores em números absolutos e percentagens. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Relativamente aos *temas* dos artigos do Diário do Alentejo com *presença/referência a crianças/jovens*:

- Três das peças analisadas reflectem sobre *políticas de educação*.
- Os temas das restantes peças distribuem-se por *actividades de autarquias e actividades policiais, funcionamento do sistema de saúde e acção social e outros saúde, outras modalidades desportivas e outros desporto, e tecnologias de informação e da comunicação e outros cultura, com um artigo cada*.

Síntese conclusiva

- *Em 2008, o Diário do Alentejo cobriu acontecimentos de diversas áreas, mas incidiu especialmente nos do domínio político e da cultura, sobretudo nas actividades das autarquias regionais e em eventos culturais da região.*
- *A análise dos artigos com presença na primeira página do Diário do Alentejo, assim como a análise dos editoriais e dos artigos de opinião, identificam este semanário como um semanário regional, centrado nas temáticas (actividades de autarquias, artes e eventos culturais e futebol), actores (presidentes de autarquias, primeiro-ministro, ministros, artistas e outros criadores e atletas e técnicos desportivos) e incidência geográfica (região Alentejo) correspondendo aos objectivos definidos no seu estatuto editorial.*
- *Por outro lado, as obrigações de pluralismo e diversidade que sobre ele impendem devido à sua natureza de semanário de capitais maioritariamente públicos, encontram-se em parte cumpridas através da variedade de temáticas regionais e de actores (nos âmbitos regional e nacional) que protagonizam os seus artigos de primeira página, artigos de opinião e editoriais; embora se denote concentração em temas e actores ligados às autarquias da região dirigidas pela CDU – PCP/PEV.*
- *O Alentejo é a região com maior incidência geográfica dos artigos com referência na primeira página deste semanário, correspondendo a mais de metade e sendo as actividades de autarquias a temática mais frequente nesses artigos. Segue-se, na subtemática política nacional/regional: políticas de ordenamento do território e políticas culturais.*
- *Nas manchetes do Diário do Alentejo, existe uma grande variedade de temáticas predominando várias políticas do Governo, seguidas por actividades de autarquias, e subtemas incluídos na ordem interna e na economia, finanças e negócios. Os presidentes de autarquias são os actores mais frequentes nas manchetes.*
- *Os artigos de opinião do Diário do Alentejo, incluindo os editoriais, abordam uma grande variedade de temáticas destacando-se na amostra de 2008, os relacionados com a acção governativa genérica, outros temas da política nacional/regional, greves, protestos e manifestações laborais e com políticas para a educação.*
- *Os actores mais presentes nos artigos referidos do Diário do Alentejo são também presidentes de autarquias, seguindo-se, ainda que em menor proporção, o primeiro-ministro e os ministros.*
- *As temáticas principais e actores relacionados com relações laborais possuem presença residual nas primeiras páginas do Diário do Alentejo. Os que existem (5,3% no que respeita às temáticas e 2,8% do total da amostra, quanto aos actores) incidem sobre acções sindicais; greves, protestos e manifestações laborais e emprego/desemprego, tendo como protagonistas, o primeiro-ministro, representantes de centrais sindicais, federações e associações sindicais, ministros, presidentes e outros representantes de autarquias, com ligeira superioridade da incidência geográfica nacional face ao Alentejo.*
- *A maioria dos artigos de primeira página do Diário do Alentejo tem fontes identificadas. A consulta de fonte única foi a preferida, mas com valores muito idênticos aos da fonte múltipla nesta amostra de 2008. Numa percentagem de cerca de dezassete por cento, encontram-se os artigos com informação não atribuída. Tanto nos artigos de fonte única como naqueles onde é consultada mais do que uma fonte, a temática predominante são as actividades das autarquias do Alentejo.*
- *Os dados mostram que a presença do Governo e o PS, em conjunto, representam 45,9%, seguindo-se as autarquias do PCP, o PCP/CDU e o PEV que, em conjunto, contam com 26,9%, o PSD e as autarquias do PSD com 7,9%, o CDS/PP com 2,5% e o BE com 1,5%. Com valores reduzidos encontram-se outros autarcas e autarquias e associações de municípios. Estes dados correspondem à representação político-partidária das autarquias da região em que a coligação CDU (PCP/PEV) é maioritária.*

- *Na maioria dos artigos analisados, os actores identificáveis dos artigos do Diário do Alentejo são representados com valência/tom positivo, seguidos, com larga diferença, pelos artigos com valência/tom negativos. Os protagonistas mais frequentemente associados à valência/tom positivos estão identificados com as áreas da cultura e do desporto. A valência/tom negativa aparece associada sobretudo a membros do Governo nacional (ministros e primeiro-ministro) e a valência/tom neutra não se destaca em nenhuma categoria de protagonistas.*

3. Jornal da Madeira

a) Nota prévia

O Jornal da Madeira é um órgão de comunicação social com capitais maioritariamente públicos, encontrando-se, nessa medida, abrangido pelo artigo 38º, n.º 6 da Constituição da República Portuguesa, que contempla a obrigação dos meios de comunicação do sector público assegurarem a possibilidade de expressão e o confronto das diversas correntes de opinião. Esse facto justifica, pois, que o Conselho Regulador preste uma atenção particular a este órgão da imprensa regional.

O Jornal da Madeira é um diário regional que no seu estatuto editorial se afirma como “de perspectiva cristã aberta a um amplo pluralismo ideológico”, visando a “promoção sociocultural através (...) de uma informação em ordem a desenvolver o sentido crítico da opinião pública, especialmente na defesa dos interesses da população da Madeira”.

De entre os valores defendidos pelo Jornal da Madeira, o estatuto editorial cita os “que radicam na dignidade da Pessoa Humana”.

b) Definição da amostra

A análise abrange os meses de Janeiro e Dezembro de 2008, tendo sido analisados 227 artigos referentes a 25 edições.

A análise não recai sobre todas as matérias publicadas nessas edições, tendo sido avaliados apenas **os artigos localizados na primeira página e o seu desenvolvimento no interior do jornal**, bem como todos **os editoriais e artigos de opinião integrantes da secção de opinião**. Os dados obtidos devem, pois, ser lidos à luz dessa opção metodológica.

A amostra seleccionada baseia-se em indicadores cuja função é verificar o cumprimento das normas aplicáveis à imprensa e à actividade jornalística.

A definição dos indicadores encontra-se exposta no Anexo III.

c) Caracterização geral e composição da amostra

FIG. 23 Composição da amostra

Data	Dias da semana	Mês	N.º de edições	N.º total de artigos
2008/1/02	Quarta	Janeiro	1	8
2008/1/17	Quinta	Janeiro	1	10
2008/2/01	Sexta	Fevereiro	1	7
2008/2/16	Sábado	Fevereiro	1	12
2008/3/02	Domingo	Março	1	8
2008/3/17	Segunda	Março	1	5
2008/4/01	Terça	Abril	1	8
2008/4/16	Quarta	Abril	1	10
2008/5/01	Quinta	Maio	1	7
2008/5/16	Sexta	Maio	1	10
2008/5/31	Sábado	Maio	1	9
2008/6/15	Domingo	Junho	1	9
2008/6/30	Segunda	Junho	1	11
2008/7/15	Terça	Julho	1	8
2008/7/30	Quarta	Julho	1	11
2008/8/14	Quinta	Agosto	1	8
2008/8/29	Sexta	Agosto	1	7
2008/9/13	Sábado	Setembro	1	12
2008/9/28	Domingo	Setembro	1	9
2008/10/13	Segunda	Outubro	1	10
2008/10/28	Terça	Outubro	1	10
2008/11/12	Quarta	Novembro	1	13
2008/11/27	Quinta	Novembro	1	8
2008/12/12	Sexta	Dezembro	1	9
2008/12/27	Sábado	Dezembro	1	8
Total		12 meses	25	N=227

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em números absolutos.

A figura anterior descreve a composição da amostra estudada, bem como o número de artigos analisados em cada um dos dias seleccionados na amostra.

- Durante o período definido para análise foram contempladas 25 edições, perfazendo um total de 227 artigos.

- O mês de Maio foi o que registou maior número de artigos (26).
- O dia com maior número de artigos por edição foi de 12 de Novembro (13).

d) Temas principais

FIG. 24 Temas principais

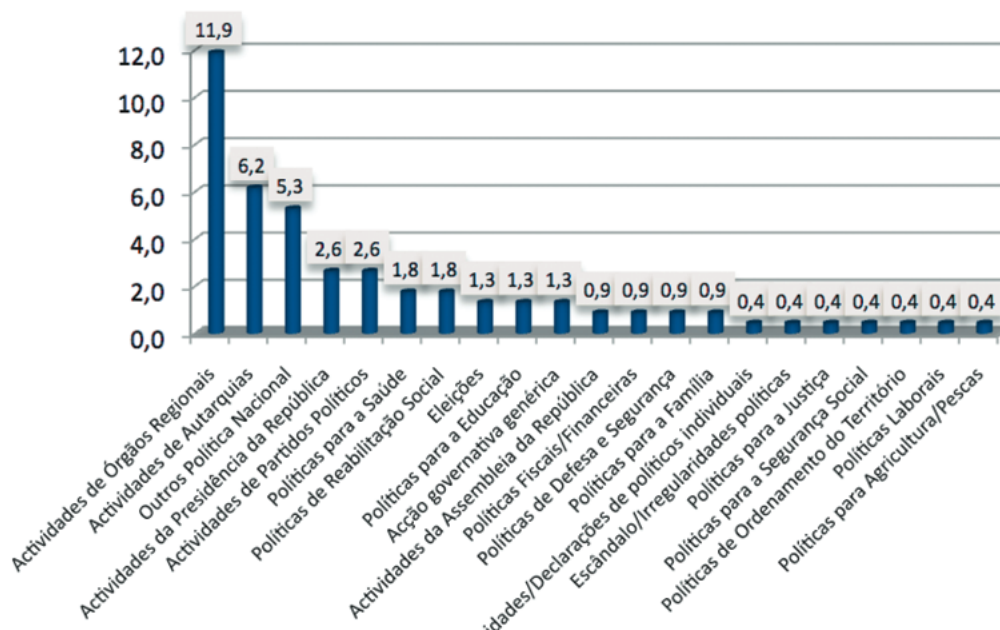
Temas	Jornal da Madeira
Política Nacional/regional	42,7
Ordem Interna	10,1
Economia, Finanças e Negócios	9,7
Desporto	6,2
Crença e Religião	4,4
Saúde e Acção Social	4,0
Cultura	3,5
Cerimónias e Celebrações	3,5
Urbanismo	3,1
Sociedade	2,6
Assuntos Internacionais	1,8
Assuntos Comunitários	1,3
Sistema Judicial	1,3
Ambiente	1,3
Comunicação	1,3
Relações Laborais	0,9
Educação	0,9
Ciência e Tecnologia	0,9
Defesa	0,4
Total	100,0

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, o *tema* mais frequente é a *política nacional/regional*, que está presente em 97 artigos (42,7% do total da amostra).
- *Ordem interna* é o segundo *tema* mais presente nos artigos do Jornal da Madeira, incidindo em 10,1% do total da amostra.
- *Economia, finanças e negócios* surge em terceiro lugar em 9,7% dos casos.

- O tema *desporto* surge em 6,2% das peças analisadas.
- De notar que os temas relacionados com *assuntos internacionais* e *comunitários* são residuais, bem como *sistema judicial*, *ambiente*, *comunicação*, *relações laborais*, *educação*, *ciência e tecnologia* e *defesa*.
- *População* e *grupos minoritários* estão ausentes da primeira página das edições do Jornal da Madeira abrangidas pela amostra, assim como dos editoriais e artigos de opinião.

FIG. 25 Subtemas dos artigos sobre política nacional/regional

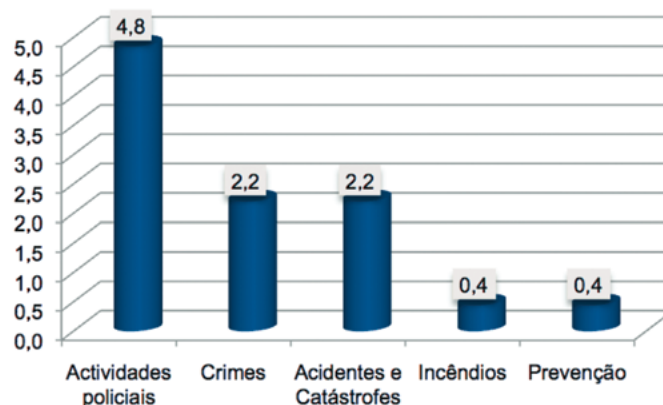


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos sobre política nacional/regional = 97. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Conforme se verifica na figura anterior, com 97 casos, a *política nacional/regional* representa 42,7% do total de artigos analisados. Destes:

- 11,9% referem-se a *actividades de órgãos regionais*.
- Segue-se o subtema *actividades de autarquias* com 6,2% e *outros política nacional* com 5,3%.

FIG. 26 Subtemas dos artigos sobre ordem interna

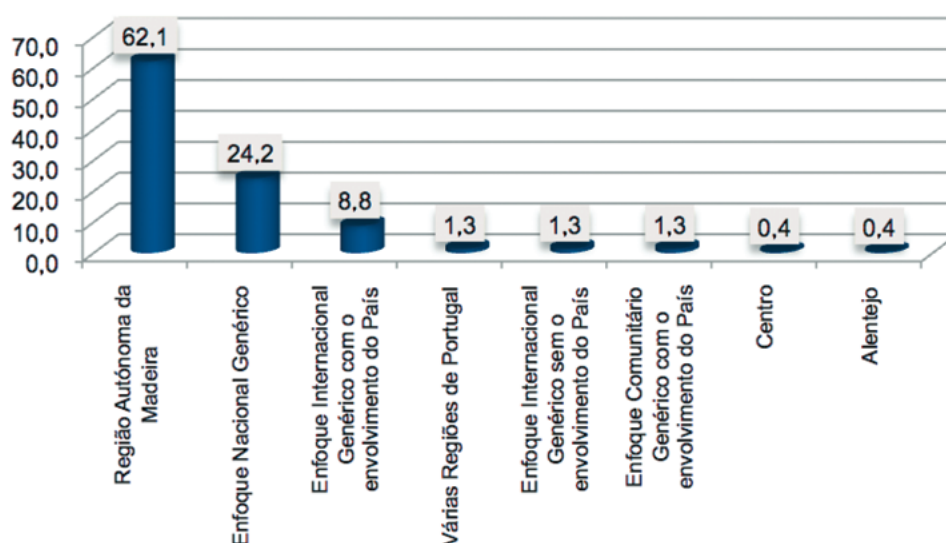


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos sobre ordem interna = 23. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

O tema *ordem interna*, com 23 casos, representa 10,1% do total de artigos analisados. Destes:

- 4,8% tratam de assuntos relacionados com a *actividades policiais*, como, por exemplo, operações da PSP, GNR e PJ em vários domínios, tais como operações de trânsito ou apreensão de pescado e estupefacientes.
- Seguem-se, por saliência, *crimes* e *acidentes e catástrofes* (incidindo simultaneamente em 2,2% dos casos desta categoria temática).
- Os subtemas *incêndios* e *prevenção* são os menos frequentes na amostra ambos representando 0,4%.

FIG. 27 Incidência geográfica dos artigos



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Em termos de *incidência geográfica* dos artigos, a *Região Autónoma da Madeira* é a mais focada, concretamente, em 62,1% do total de conteúdos.
- As peças com *enfoque nacional genérico* estão presentes em 24,2% das peças analisadas, seguida das peças com *enfoque internacional genérico com o envolvimento do país* (8,8%). Os demais indicadores geográficos frequentados apresentam um peso residual.

FIG. 28 Subtemas dos artigos de opinião

Tema	Jornal da Madeira
Outros Política Nacional	13,7
Actividades de Partidos Políticos	6,8
Actividades da Presidência da República	5,5
Actividades de Órgãos Regionais	5,5
Políticas de Reabilitação Social	4,1
Ação governativa genérica	4,1
Políticas para a Família	2,7
Actividades da Assembleia da República	1,4
Actividades/Declarações de políticos individuais	1,4
Eleições	1,4
Escândalo/Irregularidades políticas	1,4

Políticas para a Educação	1,4
Políticas para a Segurança Social	1,4
Políticas de Defesa e Segurança	1,4
Políticas de Ordenamento do Território	1,4
Políticas para Agricultura/Pescas	1,4
Total Política Nacional/regional	54,8% (40)
Indicadores económicos	4,1
Crise económica/financeira	4,1
Turismo	2,7
Mercado bolsista	1,4
Total Economia, Finanças e Negócios	12,3%(9)
Cristianismo católico	6,8
Total Crença e Religião	6,8% (5)
Ações governativas/Estado	1,4
Crise internacional	1,4
Outros Assuntos Internacionais	1,4
Total Assuntos Internacionais	4,1% (3)
Comunicação Social	2,7
Tecnologias da Informação e da Comunicação	1,4
Total Comunicação	4,1% (3)
Outros Sociedade	2,7
Casos de interesse humano	1,4
Total Sociedade	4,1% (3)
Actividades das instituições da UE	1,4
Políticas comunitárias	1,4
Total Assuntos Comunitários	2,7% (2)
Greves, protestos e manifestações laborais	1,4
Outros Relações Laborais	1,4
Total Relações Laborais	2,7% (2)
Transportes e infra-estruturas	2,7
Total Urbanismo	2,7%(2)
Outros Saúde e Acção Social	1,4
Total Saúde e Acção Social	1,4% (1)
Artes e eventos culturais	1,4
Total Cultura	1,4% (1)
Outros Ciência e Tecnologia	1,4
Total Ciência e Tecnologia	1,4% (1)
Efemérides/Aniversários/Prémios	1,4
Total Cerimónias e Celebrações	1,4% (1)
Total	100% (73)

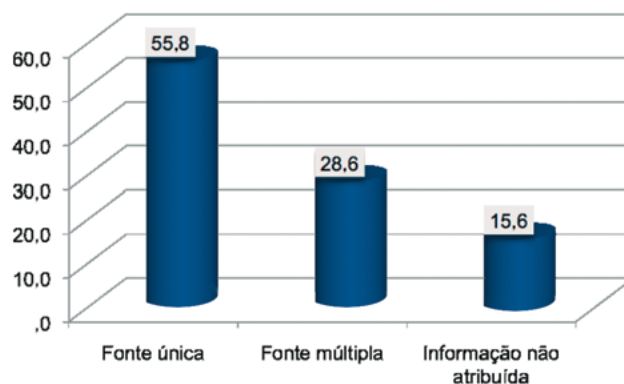
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos de opinião=73. Valores em percentagem. Os dados referem-se aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 73 são artigos de opinião (32,2%).

- A maioria dos artigos de opinião incide sobre a temática *política nacional/regional* (54,8% dos casos), em particular outros temas sobre *política nacional/regional* para além dos considerados, bem como *actividades dos partidos políticos, actividades da presidência da república e actividades de órgãos regionais*.
- *Economia, finanças e negócios* é o segundo tema abordado na lista em 12,4% dos artigos de opinião analisados, seguida de *crença e religião* (6,8%).

e) Fontes de informação principais

FIG. 29 Número de fontes de informação



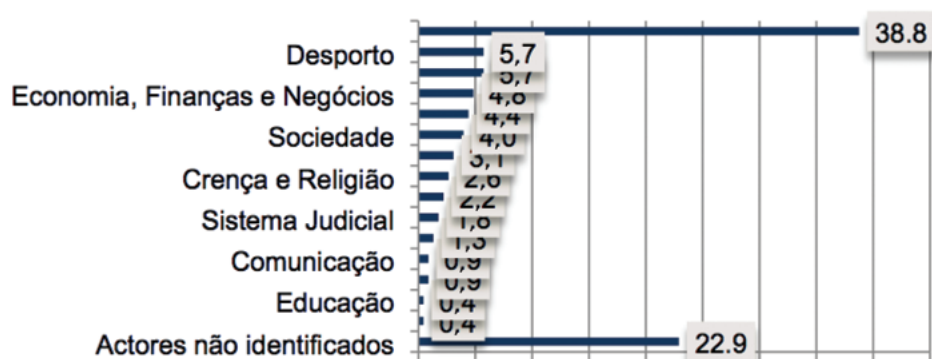
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com fontes de informação identificadas = 130. Total de artigos com informação não atribuída = 24. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 130 (57,3% do total) apresentam fontes de informação identificadas. Destes:

- 86 artigos (55,8%) referem uma *única fonte* de informação.
- 44 artigos (28,6%) contêm *fontes múltiplas*.
- 24 artigos (15,6%) não têm fontes de informação identificadas.

f) Principais actores

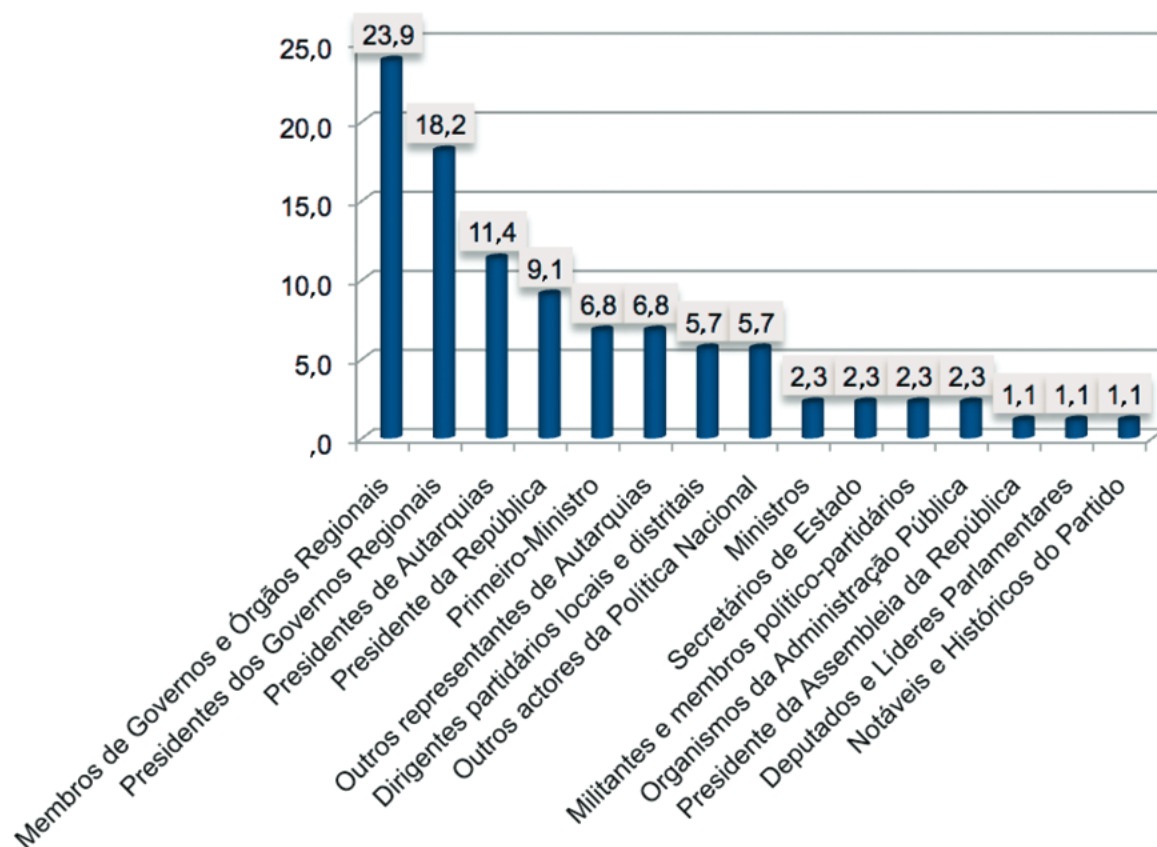
FIG. 30 Áreas a que pertencem os principais actores



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Actores identificados = 175. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 227 artigos considerados na amostra, é possível identificar actores em 175 artigos, ou seja, em 77,1 % da amostra. Entre estes predominam os actores associados à área da *política nacional/regional*, que representam 38,8%.
- Embora de forma menos evidente surgem os actores da área do *desporto e ordem interna*, cada em 5,7% das peças.
- Os actores das áreas de *economia, finanças e negócios, saúde e acção social e sociedade*, estão presentes em cerca de 4% das peças.
- Os restantes protagonistas têm valores residuais.

FIG. 31 Principais actores da área da política nacional/regional



Governo Regional		Governo Nacional		Vários outros actores políticos		Total	
%	n	%	n	%	N	%	n
42	37	11,4	10	46,6	41	100,0	88

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da política nacional/regional = 88. Valores em percentagem e em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

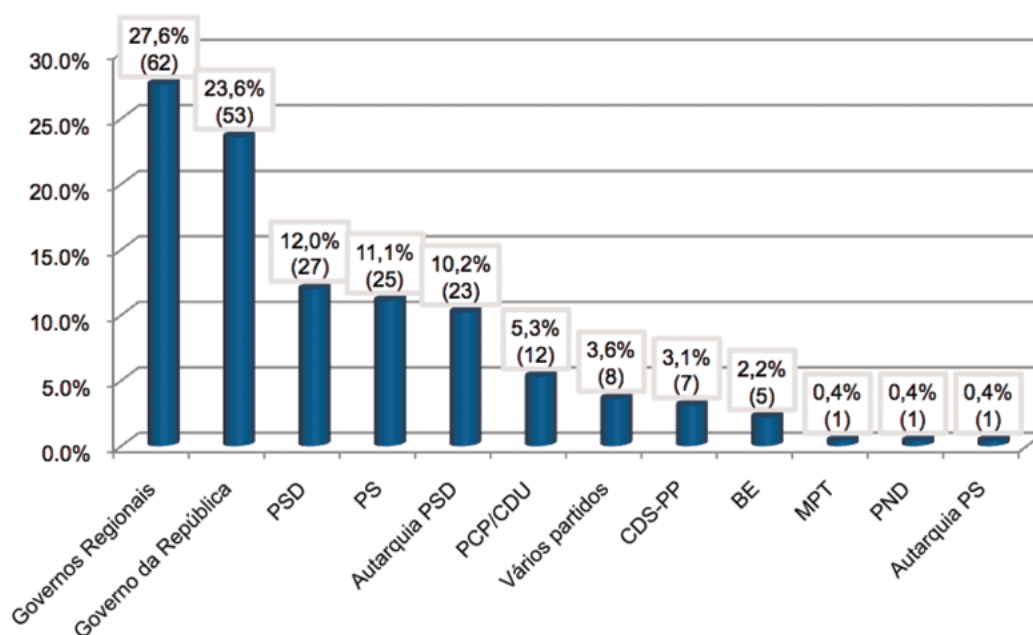
Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 88 (38,8% do total) possuem actores da área da política nacional/regional. Destes:

- Agregadas, as categorias *membros de governos e órgãos regionais* e *presidentes dos governos regionais*, representam 42% dos actores associados à área política nacional/regional,

sendo a primeira categoria a que tem maior representatividade entre estes actores.

- Nos artigos analisados, destaca-se também a presença dos *presidentes de autarquias* entre os protagonistas mais referenciados por este órgão de imprensa (11,4%), bem como *outros representantes de autarquias* (6,8%).
- Destaque, ainda, para a presença do *presidente da república* (9,1%) associado, em particular, à visita de Cavaco Silva à Região Autónoma da Madeira e à discussão sobre o estatuto político administrativo da Região Autónoma dos Açores.
- O Governo Nacional surge enquanto protagonista dos artigos analisados em 11,4% dos casos desta categoria (10 peças em 88).

FIG. 32 Formações do campo político-partidário

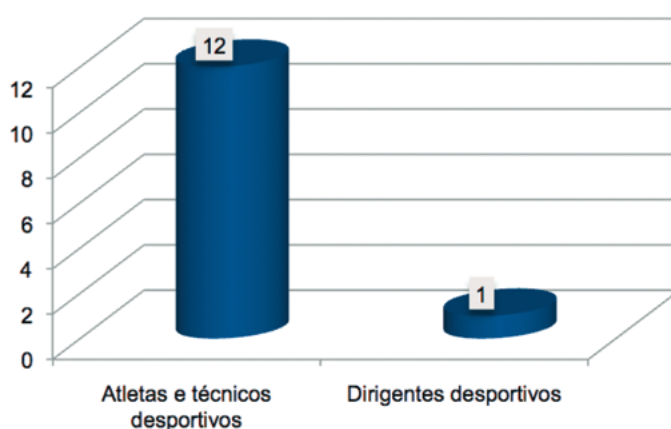


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da política nacional/regional = 88. Valores em percentagem e em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião. Variável de resposta múltipla, num mesmo artigo regista-se a presença ou referência a vários partidos ou formações político-partidárias.

- Recorda-se que a amostra utilizada possui dimensão reduzida sendo o erro *máximo* de 18,9%.
- Por outro lado, como exposto no início do capítulo, é analisada apenas a 1ª página de cada edição e os artigos nela citados e não toda a edição, abrangendo um total de 356 artigos.

- Assim, os dados sobre a representação político-partidária devem ser lidos como tendências.
- Os dados mostram que a presença do Governo Regional da Madeira representa 27,6%, seguindo-se o Governo Nacional com 23,6%. O PSD e autarquias PSD registam, em conjunto, 22,2%, o PS e autarquias PS 11,5%, o PCP/CDU com 5,3% e o CDS/PP com 3,1% e o BE com 2,2%. Outros partidos possuem presença residual. Não obstante a relatividade destes dados, pelas razões expostas, estes correspondem à representação das forças político-partidárias da Região Autónoma da Madeira, em que o PSD é o partido maioritário.
- De notar, porém, que a maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta valência/tom positivo no que diz respeito ao actor principal. Os membros do governo regional e dos órgãos regionais, incluindo o Presidente do Governo Regional, e autarcas têm apenas referências positivas. Por seu turno, o primeiro-ministro é representado em todos os artigos em que é actor com valência/tom negativo.

FIG. 33 Principais actores da área desporto

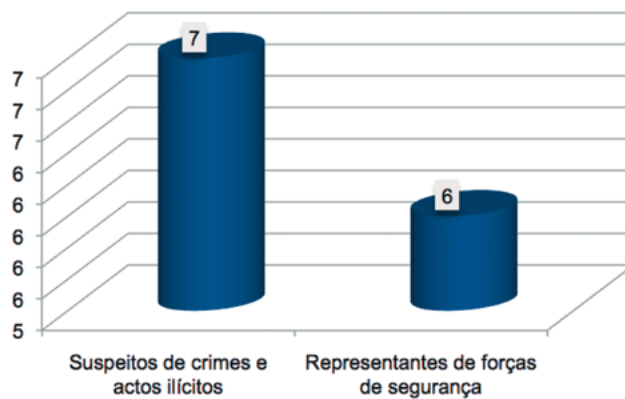


Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área do desporto = 13. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Dos 227 artigos analisados no Jornal da Madeira, 13 (5,7% do total) possuem *actores* da área do *desporto*. Sendo que:

- A maior parte dos actores representados são atletas e técnicos desportivos (que incidem em 12 casos desta categoria).
- Com um peso residual na amostra aparecem os dirigentes desportivos representados apenas em um artigo.

FIG. 34 Principais actores da área ordem interna



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores da área da Ordem Interna = 13. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Ainda do total de artigos considerados na amostra do Jornal da Madeira, de salientar que 13 (5,7% do total) possuem *actores* da área da *ordem interna*, a par com os da área do desporto supra mencionados. Sendo que:

- Parte dos actores representados são suspeitos de crimes e actos ilícitos (que incidem em 7 casos desta categoria).
- Os restantes actores desta categoria são representantes de forças de segurança (6).

g) Rigor no tratamento da informação

FIG. 35 Valência/tom do discurso face ao principal actor

Valência/tom face aos actores principais				
Áreas de Actores	Jornal da Madeira			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Membros de Governos e Órgãos Regionais	-	-	100,0%	100% (21)
Presidentes dos Governos Regionais	-	-	100,0%	100% (16)
Presidentes de Autarquias	-	-	100,0%	100% (10)
Presidente da República	-	25,0%	75,0%	100% (8)
Primeiro-Ministro	100,0%	-	-	100% (6)
Outros representantes de Autarquias	-	16,7%	83,3%	100% (6)
Dirigentes partidários locais e distritais	20,0%	-	80,0%	100% (5)
Outros actores da Política Nacional	-	-	100,0%	100% (5)
Ministros	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Secretários de Estado	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Militantes e membros político-partidários	50,0%	50,0%	-	100% (2)
Organismos da Administração Pública	-	-	100,0%	100% (2)
Presidente da Assembleia da República	-	-	100,0%	100% (1)
Deputados e Líderes Parlamentares	-	-	100,0%	100% (1)
Notáveis e Históricos do Partido	-	-	100,0%	100% (1)
Total Política Nacional/regional	11,4% (10)	6,8% (6)	81,8 % (72)	100 % (88)
Atletas e técnicos desportivos	-	-	100,0%	100% (12)
Dirigentes desportivos	-	-	100,0%	100% (1)
Total Desporto	-	-	100,0%(13)	100,0%(13)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	100,0%	-	-	100% (7)
Representantes de forças de segurança	-	33,3%	66,7%	100% (6)
Total Ordem Interna	53,8% (7)	15,4%(2)	30,8%(4)	100,0 % (13)
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	20,0%	-	80,0%	100% (5)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	-	-	100,0%	100% (5)
Governador do Banco de Portugal	100,0%	-	-	100% (1)
Total Economia, Finanças e Negócios	18,2% (2)	-	81,8% (9)	100,0%(11)
Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	-	20,0%	80,0%	100% (5)
Médicos e técnicos especializados da área	-	-	100,0%	100% (4)
Representantes da ordem dos Médicos	-	-	100,0%	100% (1)
Total Saúde e Acção Social	-	10,0%(1)	90,0%(9)	100,0%(10)

Cidadãos comuns adultos	16,7%	83,3%	-	100% (6)
Cidadãos comuns crianças	-	100,0%	-	100% (1)
Cidadãos comuns idosos	-	-	100,0%	100% (1)
Outros actores da Sociedade	100,0%	-	-	100% (1)
Total Sociedade	22,2%(2)	66,7%(6)	11,1% (1)	100,0% (9)
Artistas e outros criadores	-	-	100,0%	100% (5)
Figuras públicas e "celebridades"	-	-	100,0%	100% (1)
Total Cultura	-	-	100% (6)	100% (6)
Líderes religiosos	-	-	100,0%	100% (6)
Personagens históricos	100,0%	-	-	100% (1)
Total Crença e Religião	14,3% (1)	-	85,7% (6)	100% (7)
Especialistas, técnicos e cientistas	-	40,0%	60,0%	100% (5)
Total Ciência e Tecnologia	-	40,0%(2)	60,0% (3)	100,0% (5)
Envolvidos em processos judiciais	100,0%	-	-	100% (1)
Detidos/Reclusos	100,0%	-	-	100% (1)
Representantes da Ordem dos Advogados	-	-	100,0%	100% (1)
Outros actores do Sistema Judicial	-	-	100,0%	100% (1)
Total Sistema Judicial	50,0%(2)	-	50,0%(2)	100,0% (4)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	50,0%	-	50,0%	100% (2)

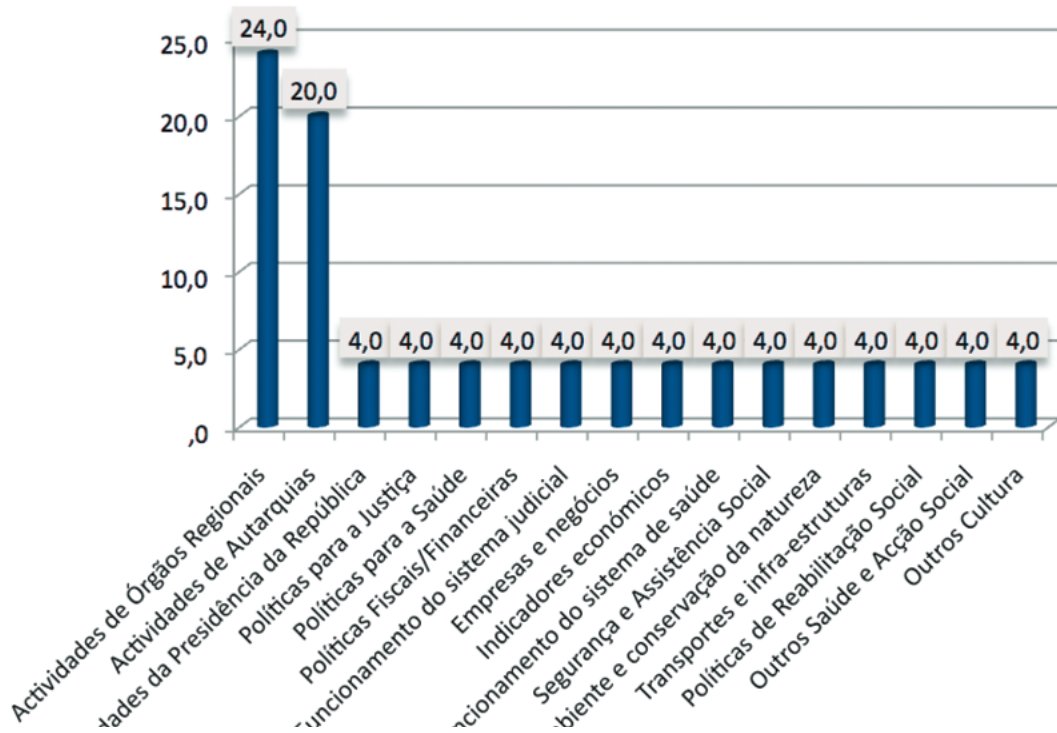
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de actores identificados = 175. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando o indicador *valência/tom* face ao principal *actor* identificado nos artigos, observase que:

- A maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta *valência/tom positivo* (74,9%), seguindo-se *valência/tom negativo* (14,9%) e *valência/tom negativo equilibrado ou neutro* (10,3%).
- Na categoria de actores da *política nacional/regional, membros de Governos e órgãos regionais, presidentes dos Governos regionais, presidentes de autarquias e representantes de autarquias* (portanto, actores do poder local e regional) têm um peso significativo de referências *positivas*, o mesmo acontecendo com a categoria, *economia, finanças e negócios*.
- Os actores da área do *desporto, cultura, educação e relações laborais* têm referências apenas *positivas*.
- A categoria de actores da área *sociedade* é a única cuja *valência/tom* é maioritariamente *neutra ou equilibrada*.
- A única categoria de actores com *valência* tendencialmente negativa é a da área da *ordem interna*.

h) Contextualização da informação

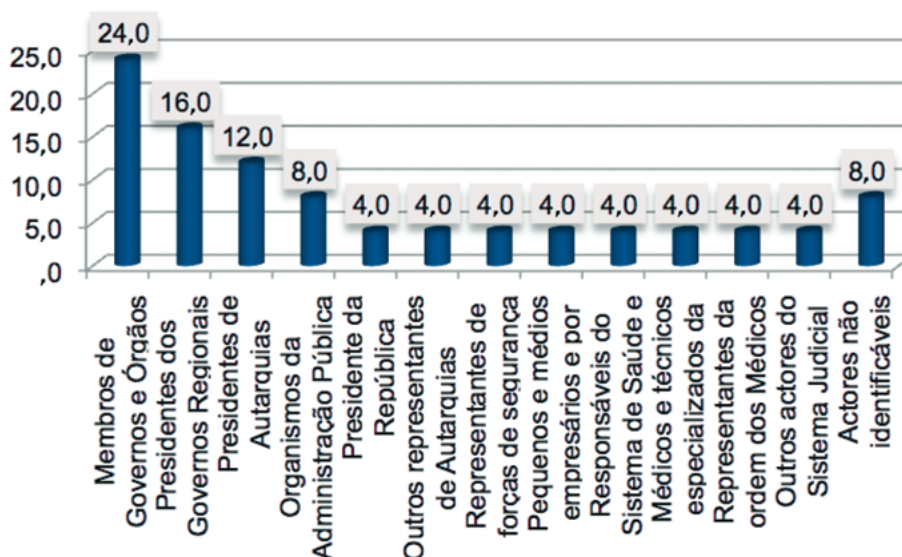
FIG. 36 *Temas das manchetes*



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de manchetes publicadas no Jornal da Madeira = 25. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nas 25 *manchetes* analisadas do Jornal da Madeira existe uma grande variedade de *temas*, identificando-se 16 distintos, sendo *actividades de órgãos regionais* e *actividades de autarquias* os dois temas alvo de maior número de manchetes neste jornal, respectivamente em 6 e 5 casos.

FIG. 37 Principais actores das manchetes



Governo Regional		Governo Nacional		Vários outros actores		Actores não identificáveis		Total	
%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
40	10	-	-	52	13	8	2	100	25

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de manchetes publicadas no Jornal da Madeira = 25. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nas 25 manchetes do Jornal da Madeira, mantém-se a variedade de actores, registando-se 12 actores de diferentes áreas.
- Com destaque aparecem os membros de governos e órgãos regionais e presidentes de Governos regionais e estudantes/associações estudantis, representados em 6 e 4 artigos respectivamente.
- Presidentes de autarquias e organismos da administração pública também estão presentes entre os actores dos artigos da amostra com manchete.
- De notar a ausência de actores do governo nacional nos artigos com manchete.

FIG. 38 Temas dos artigos com imagens

Tema	Jornal da Madeira
Actividades de Órgãos Regionais	14,3
Actividades de Autarquias	7,1
Actividades da Presidência da República	2,7
Outros Política Nacional	2,7
Actividades de Partidos Políticos	2,2
Políticas para a Saúde	2,2
Eleições	1,6
Actividades da Assembleia da República	1,1
Políticas para a Educação	1,1
Políticas Fiscais/Financeiras	1,1
Políticas para a Justiça	0,5
Políticas de Defesa e Segurança	0,5
Políticas de Ordenamento do Território	0,5
Políticas para a Família	0,5
Políticas Laborais	0,5
Políticas de Reabilitação Social	0,5
Acção governativa genérica	0,5
Total Política Nacional/regional	40,1% (73)
Actividades policiais	5,5
Crimes	2,2
Acidentes e Catástrofes	2,7
Incêndios	0,5
Prevenção	0,5
Total Ordem Interna	11,5%(21)
Turismo	3,3
Empresas e negócios	2,7
Indicadores económicos	2,2
Crise económica/financeira	1,1
Agricultura e pescas	0,5
Mercado bolsista	0,5
Total Economia, Finanças e Negócios	10,4 (19)
Futebol	4,9
Outras modalidades desportivas	1,6
Jogos Olímpicos	1,1
Total Desporto	7,7% (14)

Funcionamento do sistema de saúde	1,6
Outros Saúde e Acção Social	1,6
Segurança e Assistência Social	1,1
Total Saúde e Acção Social	4,4% (8)
Efemérides/Aniversários/Prémios	3,3
Outras Cerimónias e Celebrações	1,1
Total Cerimónias e Celebrações	4,4% (8)
Artes e eventos culturais	2,7
Eventos de moda e beleza	0,5
Outros Cultura	0,5
Total Cultura	3,8% (7)
Cristianismo católico	3,3
Total Crença e Religião	3,3% (6)
Transportes e infra-estruturas	1,6
Habitação	0,5
Outros Urbanismo	0,5
Total Urbanismo	2,7 % (5)
Casos de interesse humano	1,1
Outros Sociedade	1,1
Assuntos sobre crianças	0,5
Total Sociedade	2,7% (5)
Funcionamento do sistema judicial	1,1
Casos de justiça	0,5
Total Sistema Judicial	1,6 % (3)
Protecção do ambiente e conservação da natureza	1,6
Total Ambiente	1,6 % (3)
Acções governativas/Estado	0,5
Eleições políticas internacionais	0,5
Total Assuntos Internacionais	1,1% (2)
Actividades das instituições da UE	0,5
Políticas comunitárias	0,5
Total Assuntos Comunitários	1,1% (2)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com imagens = 182. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

No Jornal da Madeira, os artigos que incluem *imagens* representam 80,2% do total da amostra analisada.

- Os temas mais abordados nestes artigos são *política nacional/regional* (em 40,1%), *ordem interna* (em 11,5%), *economia, finanças e negócios* (em 10,4%) e *desporto* (em 7,7% dos casos).
- Especificamente, os subtemas mais frequentes no âmbito da *política nacional/regional* nos artigos com *imagens* são *actividades de órgãos regionais* (em 14,3% dos casos) e *actividades de autarquias* (em 7,1%). Na *ordem interna*, destacam-se os artigos sobre *actividades policiais* (5,5%). Os artigos sobre *economia, finanças e negócios* têm imagens, em particular, nos subtemas que abordam o *turismo* (3,3%). No caso do *desporto*, as imagens acompanham os conteúdos dedicados ao *futebol* (4,9%).

FIG. 39 Actores dos artigos com imagens

Actor	Jornal da Madeira
Membros de Governos e Órgãos Regionais	11,5
Presidentes dos Governos Regionais	8,2
Presidentes de Autarquias	4,9
Presidente da República	3,8
Outros representantes de Autarquias	3,3
Outros actores da Política Nacional	2,7
Primeiro-Ministro	1,6
Dirigentes partidários locais e distritais	1,6
Secretários de Estado	1,1
Organismos da Administração Pública	1,1
Presidente da Assembleia da República	0,5
Ministros	0,5
Deputados e Líderes Parlamentares	0,5
Militantes e membros político-partidários	0,5
Total Política Nacional/regional	42,3% (77)
Atletas e técnicos desportivos	6,6
Dirigentes desportivos	0,5
Total Desporto	7,1% (13)
Suspeitos de crimes e actos ilícitos	3,8
Representantes de forças de segurança	2,7
Total Ordem Interna	6,6% (12)
Pequenos e médios empresários e por conta própria	2,7
Grandes empresários e representantes de associações empresariais	2,2
Governador do Banco de Portugal	0,5
Total Economia, Finanças e Negócios	5,5% (10)

Responsáveis do Sistema de Saúde e Acção Social	2,7
Médicos e técnicos especializados da área	2,2
Representantes da ordem dos Médicos	0,5
Total Saúde e Acção Social	5,5% (10)
Cidadãos comuns adultos	2,7
Cidadãos comuns crianças	0,5
Cidadãos comuns idosos	0,5
Outros actores da Sociedade	0,5
Total Sociedade	4,4% (8)
Líderes religiosos	2,7
Total Crença e Religião	2,7% (5)
Artistas e outros criadores	1,6
Figuras públicas e "celebridades"	0,5
Total Cultura	2,2% (4)
Envolvidos em processos judiciais	0,5
Detidos/Reclusos	0,5
Outros actores do Sistema Judicial	0,5
Total Sistema Judicial	1,6% (3)
Especialistas, técnicos e cientistas	1,6
Total Ciência e Tecnologia	1,6% (3)
Representantes de empresas de infra-estruturas e transporte	0,5
Outros actores de Urbanismo	0,5
Total Urbanismo	1,1% (2)
Responsáveis por órgãos de comunicação social	0,5
Jornalistas, técnicos e profissionais de comunicação	0,5
Total Comunicação	1,1% (2)
Representantes de Estado e de Governo estrangeiros	0,5
Total Comunidade Internacional	0,5% (1)
Representantes de centrais, federações e associações sindicais	0,5
Total Relações Laborais	0,5% (1)
Professores e técnicos de educação	0,5
Total Educação	0,5% (1)
Actores Não Identificados	16,5% (30)
Total	100,0% (182)

Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com imagens = 182. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Os actores mais frequentes em artigos com *imagens* pertencem maioritariamente à área da *política nacional/regional* (em 42,3% do total com este indicador), seguida do *desporto* (em 7,1%) e da *ordem interna* (em 6,6%).
- Especificamente, da área da *política nacional/regional* destaca-se a presença nestes artigos de *membros de Governos e órgãos regionais* (com 11,5% de incidência sobre o total de casos), de *presidentes de Governos regionais* (com 8,2%) e de *presidentes das autarquias* (com 4,9%).
- Em 16,5% dos artigos com *imagens*, os actores não são identificáveis.

FIG. 40 Espaço que o artigo ocupa na página, por temas

Temas	Jornal da Madeira			
	Ocupa uma ou mais páginas	Artigo dominante na página	Artigo secundário na página	Total
Política Nacional/regional	45,8%	44,2%	34,2%	42,9%
Ordem Interna	-	13,2%	15,8%	10,2%
Economia, Finanças e Negócios	11,9%	10,1%	5,3%	9,7%
Desporto	11,9%	4,7%	-	5,8%
Crença e Religião	3,4%	3,1%	10,5%	4,4%
Saúde e Acção Social	5,1%	4,7%	-	4,0%
Cultura	3,4%	3,9%	2,6%	3,5%
Cerimónias e Celebrações	3,4%	4,7%	-	3,5%
Urbanismo	3,4%	2,3%	5,3%	3,1%
Sociedade	1,7%	2,3%	5,3%	2,7%
Assuntos Internacionais	3,4%	0,8%	2,6%	1,8%
Assuntos Comunitários	1,7%	1,6%	-	1,3%
Sistema Judicial	1,7%	0,8%	2,6%	1,3%
Ambiente	-	1,6%	2,6%	1,3%
Comunicação	1,7%	-	5,3%	1,3%
Relações Laborais	1,7%	-	2,6%	0,9%
Educação	-	0,8%	2,6%	0,9%
Ciência e Tecnologia	-	0,8%	2,6%	0,9%
Defesa	-	0,8%	-	0,4%
Total	100% (59)	100% (129)	100% (38)	100% (226)

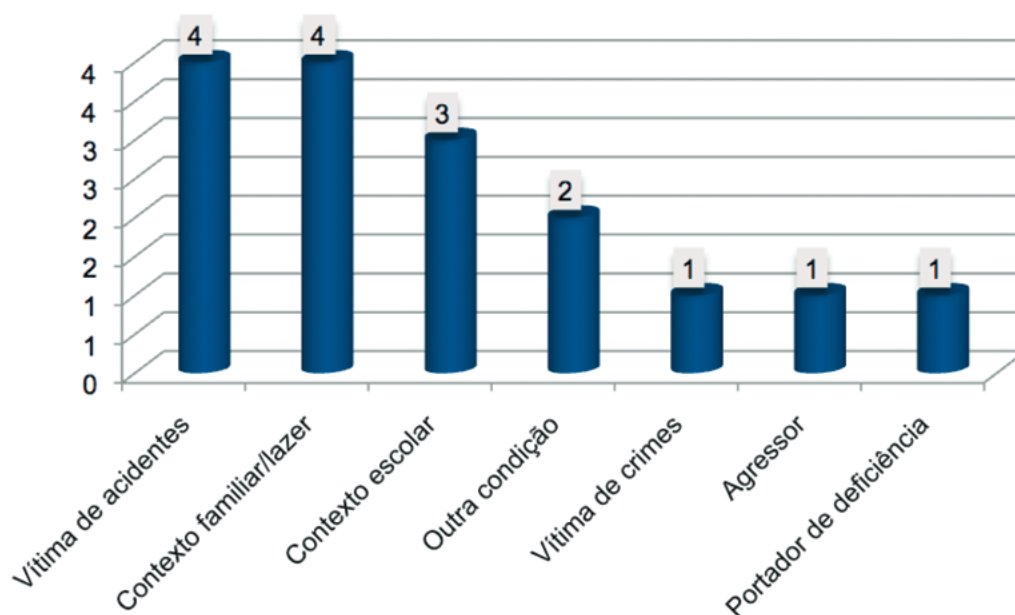
Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira que se esgotam na primeira página = 1. Valores em percentagem. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

Considerando o *espaço ocupado pelos artigos na página* analisada como um dos indicadores de valorização *editorial* dos assuntos abordados, observa-se:

- No Jornal da Madeira, a maior parte dos artigos que integram a amostra são *artigos dominantes na página* (129). Seguem-se os artigos que *ocupam uma ou mais páginas* (59) e os *artigos secundários na página* (38).
- No conjunto dos artigos *dominantes na página*, encontramos como *temas* mais frequentes *política nacional/regional* (em 44,2% dos casos deste indicador), seguidos por *ordem interna* (em 13,2%) e *economia, finanças e negócios* (em 10,1%).
- Os *artigos que ocupam uma ou mais páginas* referem-se, também, sobretudo, a *política nacional/regional* (em 45,8% do total de ocorrências deste indicador), *economia, finanças e negócios* e *desporto* (cada em 11,9% dos casos).
- Os *artigos secundários na página* referem, por ordem decrescente, os *temas política nacional/regional* (34,2%), *ordem interna* (15,8%) e *crença e religião* (10,5%).

i) Presença/referência a crianças e jovens

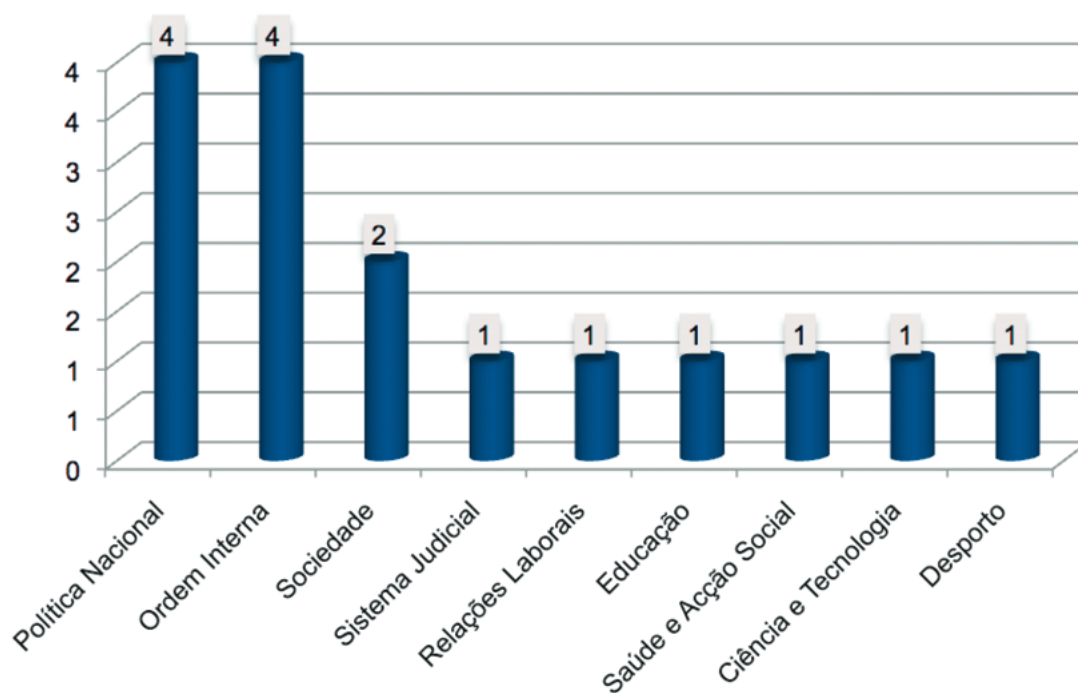
FIG. 41 Artigos com presença/referência a crianças/jovens



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 16. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Na amostra analisada do Jornal da Madeira, existem 16 artigos (7% do total de artigos analisados) com *presença/referência a crianças/jovens*.
- As crianças/jovens surgem nos artigos enquanto *vítimas de acidentes* ou em *contexto familiar* (em 4 artigos cada), em *contexto escolar* (em 3 dos conteúdos analisadas), mas também como *vítimas de crimes, agressoras ou portadoras de deficiência* (em 1 artigo cada). Em dois artigos surgem em *outra condição*, nomeadamente, em duas peças sobre actividades da presidência da república (a visita do Presidente da República à Região Autónoma da Madeira e um estudo sobre a participação política dos jovens patrocinado pela Presidência da República).

FIG. 42 Temas dos artigos com presença/referência a crianças/jovens



Total de artigos publicados e analisados no Jornal da Madeira = 227. Total de artigos com presença/referência a crianças/jovens = 16. Valores em números absolutos. Os dados referem-se a artigos mencionados na primeira página, abrangendo o seu desenvolvimento noutras páginas do jornal, bem como ao editorial e aos artigos de opinião integrantes da secção de opinião.

- Nos 16 artigos do Jornal da Madeira com *presença/referência a crianças*, são, sobretudo, abordados temas relacionados com *política nacional/regional, ordem interna e sociedade*. As crianças e jovens surgem também associadas a temáticas relacionadas com o *sistema judicial, relações laborais, educação, saúde e acção social, ciência e tecnologia e desporto*.

Síntese conclusiva

Em termos gerais:

1 A cobertura informativa do Jornal da Madeira, em 2008, foi marcada sobretudo por acontecimentos políticos do País e da região autónoma. De Janeiro a Dezembro foram os assuntos ligados à política nacional e regional, nomeadamente a actividade dos órgãos regionais da Madeira (Governo Regional e Assembleia Regional) e das autarquias do arquipélago, os mais frequentes nas primeiras páginas do diário de capitais públicos.

2 A análise de conteúdo da primeira página assim como dos artigos de opinião do Jornal da Madeira identifica-o como um jornal regional, centrado nos *temas, protagonistas e fontes* da Região Autónoma da Madeira, quer se trate de matérias da política, da ordem interna ou da economia, finanças e negócios.

3 Por outro lado, nos artigos cujos actores pertencem à área de *política nacional/regional* predomina a presença de *membros dos órgãos políticos regionais* – Governo Regional, Assembleia Legislativa e outros e órgãos regionais -, bem como do presidente da Região Autónoma da Madeira.

4 Tratando-se de um jornal de capitais maioritariamente públicos, encontra-se vinculado a acolher nas suas páginas uma maior diversidade de *temas, fontes e actores*, o que se verifica apenas em parte na amostra analisada, devido à grande concentração em temas e actores ligados aos órgãos regionais da madeira.

Em termos específicos:

5 No Jornal da Madeira, o *tema* mais frequente na primeira página assim como nos artigos de opinião é a *política nacional/regional*, em particular, *actividades de órgãos regionais e actividades de autarquias*, tendo como *actores*, sobretudo, *membros de governos e órgãos regionais e presidentes dos governos regionais*, que são a primeira categoria de protagonistas mais presentes nos artigos deste jornal.

6 Segue-se, como segundo *tema* mais frequente neste jornal, *ordem interna*, incidindo em *temas* associados a *actividades policiais, crimes e acidentes e catástrofes*.

7 Como terceiro *tema* mais presente no jornal, encontra-se *economia, finanças e negócios*, em particular, *turismo, indicadores económicos e empresas e negócios*, entre outros subtemas residuais.

8 Mais de metade dos artigos do Jornal da Madeira possui *fonte única*.

9 A Região Autónoma da Madeira é a região com a maior *incidência geográfica dos artigos* analisados estando presente em mais de metade dos artigos. Nestes artigos são temáticas principais: *política nacional/regional, ordem interna e economia, finanças e negócios*. É residual a presença de outras regiões do País e de artigos com incidência geográfica *internacional e/ou comunitária*.

10 Os dados mostram que a presença do Governo Regional da Madeira representa 27,6%, seguindo-se o Governo Nacional com 23,6%. O PSD e autarquias PSD registam, em conjunto, 22,2%, o PS e autarquias PS 11,5%, o PCP/CDU com 5,3% e o CDS/PP com 3,1% e o BE com 2,2%. Outros partidos possuem presença residual. Não obstante a relatividade destes dados, pelas razões expostas, estes correspondem à representação das forças político-partidárias da Região Autónoma da Madeira, em que o PSD é o partido maioritário.

11 De notar, porém, que a maior parte das peças do Jornal da Madeira apresenta *valência/tom positivo* no que diz respeito ao actor principal. Os *membros do governo regional e dos órgãos regionais*, incluindo o *Presidente do Governo Regional*, e *autarcas* têm apenas referências *positivas*. Por seu turno, o *primeiro-ministro* é representado em todos os artigos em que é actor com *valência/tom negativo*.

12 Os *temas e actores* das *manchetes* do Jornal da Madeira são, na maioria da área da *política nacional/regional*, sendo residual a presença de outras categorias, como *saúde e acção social, economia, finanças e negócios, ordem interna, sistema judicial, ambiente, urbanismo e cultura*. Os temas e actores da *política nacional/regional* são representados, especificamente, pelos órgãos regionais, em particular pelo Governo e autarquias.

13 Os *actores e temas* dos artigos com imagens estão relacionados, na sua maioria, com a área da *política nacional/regional*. No caso dos *actores*, destaque, também, para as áreas do *desporto e ordem interna*. Na primeira, destaca-se a presença de *membros do Governo Regional e dos órgãos regionais*, seguida do *presidente do governo regional*. Na segunda, *atletas e técnicos desportivos e dirigentes desportivos* e, na terceira, *suspeitos de crimes e actos ilícitos e representantes de forças de segurança*.

ANEXO III

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A ANÁLISE DO JORNAL DA MADEIRA 2008

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de um jornal diário regional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as edições do Jornal da Madeira entre o momento de tempo zero e o momento t.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

1) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/14), logo o intervalo amostral será 14. O objectivo será analisar apenas um dia por quinzena. O facto de se pretender analisar dias distintos implica um intervalo amostral de 15, sendo a proporção da amostra na população igual a (1/15).

2) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com 15 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 15 dias.

$$\begin{aligned} \text{Grupo 1} &\rightarrow \{1, 2\} \\ \text{Grupo 2} &\rightarrow \{3, 4\} \\ \text{Grupo 3} &\rightarrow \{5, 6\} \\ &\dots \\ \text{Grupo N} &\rightarrow \{[(N-1) * 2] + 1, N * 2\} \end{aligned}$$

3) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 14 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 2, o que corresponde à primeira 4ª feira da quinzena⁶.

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{2, 17, 32, 47, 62, 77, 92, 107, 122, 137, 152, 167, 182, 197, 212, 227, 242, 257, 272, 287, 302, 317, 332, 347, 362}

O que corresponde a:

{4ªfeira (02-01-08); 5ªfeira (17-01-08); 6ªfeira (01-02-08); Sábado (16-02-08); Domingo (02-03-08); 2ª feira (17-03-08); 3ª feira (01-04-08); 4ªfeira (16-04-08); 5ªfeira (01-05-08); 6ªfeira (16-05-08); Sábado (31-05-08); Domingo (15-06-08); 2ª feira (30-06-08); 3ª feira (15-07-08); 4ªfeira (30-07-08); 5ªfeira (14-08-08); 6ªfeira (29-08-08); Sábado (13-09-08); Domingo (28-09-08); 2ª feira (13-10-08); 3ª feira (28-10-08); 4ªfeira (12-11-08); 5ªfeira (27-11-08); 6ªfeira (12-12-08); Sábado (27-12-08)}

⁶ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira

Quadro 1 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008

Dias Seleccionados	Jornal da Madeira
Janeiro	
02-Jan-08	1
17-Jan-08	2
Fevereiro	
01-Fev-08	3
16-Fev-08	4
Março	
02-Mar-08	5
17-Mar-08	6
Abril	
01-Abr-08	7
16-Abr-08	8
Maio	
01-Mai-08	9
16-Mai-08	10
31-Mai-08	11
Junho	
15-Jun-08	12
30-Jun-08	13
Julho	
15-Jul-08	14
30-Jun-08	15
Agosto	
14-Ago-08	16
29-Ago-08	17
Setembro	
13-Set-08	18
29-Set-08	19
Outubro	
13-Out-08	20
28-Out-08	21
Novembro	
12-Nov-08	22
27-Nov-08	23
Dezembro	
12-Dez-08	24
27-Dez-08	25

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Jornal da Madeira	366	25	366	25	18,9607

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1-\alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Imprensa de Capitais maioritariamente Públicos – 2008

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM PARA A MONITORIZAÇÃO DO DIÁRIO DO ALENTEJO

A recolha de informação relativamente a uma população, pode ser efectuada de forma exaustiva ou numa fracção da população.

A amostragem incide sobre uma fracção da população estudada, designada por amostra. A redução de custos e a gestão do tempo motivam a utilização da amostragem no apuramento de resultados.

A constituição de uma amostra proporciona resultados aproximados e só tem interesse se, com base na informação recolhida na amostra, for possível caracterizar a população.

No presente documento, apresenta-se um plano de amostragem para a monitorização do conteúdo de um semanário regional.

Pretende-se recolher uma amostra representativa com as seguintes características:

- Erro de amostragem inferior a 5% (num período superior a um ano).
- Grau de confiança associado de 95%.

TÉCNICA DE AMOSTRAGEM APLICADA

No presente caso, temos:

Universo ou População: São todas as edições do Diário do Alentejo entre o momento de tempo zero e o momento t.

Amostra: É o subconjunto da população obtido seleccionando uma fracção de jornais.

O facto de não ser possível analisar de forma exaustiva toda a população devido a limitações de recursos humanos e tempo sugere a utilização de técnicas de amostragem.

Considera-se plausível a **amostragem sistemática**. A metodologia a seguir é a seguinte:

4) Definição do intervalo amostral

Por coerência, este intervalo é igual ao inverso da proporção da amostra na população. Se a proporção referida é (1/2), logo o intervalo amostral será 2. O objectivo será analisar apenas uma edição por quinzena.

5) Criação de uma lista sequencial dos elementos da população.

É possível gerar N grupos com 2 elementos cada. Na realidade, cada grupo será constituído por 2 semanas.

$$\begin{aligned} \text{Grupo 1} &\rightarrow \{1, 2\} \\ \text{Grupo 2} &\rightarrow \{3, 4\} \\ \text{Grupo 3} &\rightarrow \{5, 6\} \\ &\dots \\ \text{Grupo N} &\rightarrow \{[(N-1) * 2] + 1, N * 2\} \end{aligned}$$

6) Selecção aleatória e definição da amostra

Selecção aleatória de um número entre 1 e 2 que serve tanto para determinar o ponto de partida na lista sequencial como para indicar o primeiro elemento a integrar na amostra. Foi feita a selecção atribuindo probabilidades iguais a cada um dos números. Foi extraído o número 1, o que corresponde à primeira sexta-feira da quinzena⁷.

A este número, soma-se sucessivamente o intervalo amostral e, os elementos correspondentes às ordens dos números obtidos (progressão aritmética de razão igual ao intervalo amostral) serão os outros elementos da amostra. Assim, a amostra será constituída pelas N unidades estatísticas a que correspondem os números.

{1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51}

O que corresponde às sextas-feiras seguintes:

{(04-01-08); (18-01-08); (01-02-08);(15-02-08); (29-02-08); (14-03-08);(28-03-08);(11-04-08);(25-04-08);(09-05-08);(23-05-08);(06-06-08);(20-06-08);(04-07-08);(18-07-08);(01-08-08);(15-08-08);(29-08-08);(12-09-08);(26-09-08);(10-10-08);(24-10-08);(07-11-08);(21-11-08);(05-12-08);(19-12-08)}

⁷ O início da quinzena de partida é o primeiro dia do ano, desta forma, o número 1 corresponde a terça-feira

Quadro 1 – Unidades de análise referentes aos doze meses de 2008

Dias Seleccionados	Diário do Alentejo
Janeiro	
04-Jan-08	1
10-Jan-08	2
Fevereiro	
01-Fev-08	3
15-Fev-08	4
29-Fev-08	5
Março	
15-Mar-08	6
28-Mar-08	7
Abril	
11-Abr-08	8
25-Abr-08	9
Mai	
08-Mai-08	10
23-Mai-08	11
Junho	
06-Jul-08	12
20-Jul-08	13
Julho	
04-Jun-08	14
18-Jun-08	15
Agosto	
01-Ago-08	16
15-Ago-08	17
29-Ago-08	18
Setembro	
12-Set-08	19
26-Set-08	20
Outubro	
10-Out-08	21
24-Out-08	22
Novembro	
07-Nov-08	23
21-Nov-08	24
Dezembro	
05-Dez-08	25
19-Dez-08	26

A grande facilidade da amostragem sistemática consiste na geração de apenas um número aleatório de partida.

O erro máximo da amostra é função decrescente do tempo.

A informação para um grau de confiança de 95% encontra-se sintetizada no quadro seguinte:

Quadro 2 – Erro Máximo da Amostra relativo a 2008

Canais/Programas	Dias - População	Dias - Amostra	População	Unidades da Amostra	EMA%
Diário do Alentejo	366	26	52	26	13,7227

Sabe-se que a fórmula de cálculo do tamanho da amostra é:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Onde:

n = Dimensão da Amostra e = Erro de Amostragem

$z_{\alpha/2}^2$ = Quadrado do valor da Distribuição Normal padrão para um grau de confiança $(1 - \alpha)$

$p \times q$ = Variância da Bernoulli N = Dimensão da População

A partir desta fórmula é possível deduzir o Erro Máximo da Amostra:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + z_{\alpha/2}^2 \times p \times q} \Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) + n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N \Leftrightarrow$$

$$\Leftrightarrow n \times e^2 \times (N - 1) = z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \times N - n \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q \Leftrightarrow e^2 = \frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)}$$

$$\Leftrightarrow e = \left[\frac{(N - n) \times z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{n \times (N - 1)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Listagem de indicadores aplicados à análise da imprensa de capitais públicos

Este ponto do Relatório contém a definição dos indicadores/variáveis utilizados na monitorização da imprensa diária e semanal. Esses indicadores são inscritos em bases de dados com recurso ao programa SPSS. A cada indicador/variável corresponde uma subcategoria de resposta e a cada uma destas corresponde um código.

As bases de dados criadas para a monitorização da imprensa estão organizadas de modo a corresponder a cinco grandes dimensões de análise:

- Caracterização Geral
- Tratamento e Modalidades de Mediatização
- Análise *Temática*
- Análise das *Fontes* de Informação
- Análise de *Actores*

Listagem dos indicadores ou variáveis

a) Indicadores de caracterização geral

Por caracterização entendese o conjunto de indicadores que permitem identificar e caracterizar a unidade de análise em estudo, bem como a publicação em que se insere.

1. Código identificador

2. Nome da publicação

Definição conceptual: esta variável identifica o nome da publicação a que corresponde a unidade de análise (artigo) em causa.

3. Data (aa /mm/dd)

Definição conceptual: esta variável identifica a data completa correspondente à edição onde está inserida a unidade de análise.

4. Referência do Artigo na 1ª Página

Definição Conceptual: Os artigos destacados na primeira página são, por norma, os mais valorizados editorialmente na respectiva edição. A manchete corresponde ao artigo que merece valorização máxima numa dada edição. Outras chamadas de 1.ª página podem ser compostas apenas pelo título ou pela combinação de título, fotografia e/ou texto. A sucessão de opções de destaques de primeira página tende a reflectir a identidade do meio/publicação.

5. Título do artigo (notícia/assunto)

Definição conceptual: reprodução dos termos exactos do título da peça.

b) Tratamento e modalidades de mediatização

6. Espaço ocupado pelo Artigo na Página analisada

Definição Conceptual: Indicação objectiva da dimensão do artigo – se ocupa uma ou mais páginas; se o artigo é dominante na página, quando ocupa uma mancha espacial superior à de qualquer outro artigo contíguo; se se trata de um artigo que ocupa menor espaço em comparação com o artigo dominante.

2 O início da amostra é a primeira sexta-feira do ano, desta forma, o número 1 corresponde à sexta-feira dia 04 de Janeiro de 2008.

7. Valorização Gráfica do Artigo

Definição conceptual: Identifica e caracteriza os elementos icónicos do artigo na primeira página e no interior do jornal. Os artigos podem ser complementados com imagens como fotografias, ilustrações, infografias (gráficos e esquemas), caricaturas, etc.

8. Registo Jornalístico

Definição Conceptual: Identificação do modelo ou registo discursivo utilizado pelo autor na construção do artigo. Os registos jornalísticos considerados - informativo, opinativo e outros – estão associados a géneros jornalísticos, que a seguir se descrevem.

9. Estilo Discursivo Opinativo do Jornalista

Definição Conceptual: Esta variável aplica-se exclusivamente aos artigos classificados na variável anterior como "Registo Informativo". Identifica qualquer manifestação de opinião, por parte do jornalista.

10. Contraditório

Definição Conceptual: Verifica se o artigo com registo informativo reflecte, ou não, as diferentes posições relacionadas com o assunto em causa, nos casos de crítica ou acusação dirigida a uma pessoa ou instituição. Procura avaliar se o tema abordado no artigo pressupõe a existência de diferentes visões ou interpretações do acontecimento ou do fenómeno retratado, aplicando-se APENAS nos artigos em que se verifica a existência de uma crítica ou acusação direccionada para um determinado alvo.

c) Análise do Contexto

11. Âmbito geográfico

Definição conceptual: Especificação da Região de Portugal ou do mundo sobre a qual incide o enfoque do artigo.

12. Temática principal (tipologia temática)

Definição conceptual: por *temática* entende-se a identificação do âmbito temático do acontecimento que se torna notícia. A *temática* principal relaciona-se com o assunto ou ideia preponderante que o artigo aborda ou desenvolve.

d) Análise de Fontes de Informação

Fontes de informação são pessoas ou instituições que fornecem informação ao jornalista para tratamento noticioso. As fontes transmitem a informação de modo directo (testemunho verbal) ou indirecto (através da referência por parte dos profissionais de comunicação).

13. Número de fontes de informação dentro do artigo

Definição conceptual: esta variável regista, do ponto de vista quantitativo, o número *fontes* de informação ouvidas no artigo. Pretende-se identificar quantas *fontes* são consultadas no artigo.

14. Concordância das várias fontes de informação

Definição conceptual: Esta variável identifica as diferentes posições – consonantes ou dissonantes – explicitamente manifestas pelas diversas fontes consultadas no artigo.

As fontes são consideradas consonantes quando entre elas existe uma concordância evidente a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição.

Ao contrário, as fontes são consideradas dissonantes quando entre elas existe um claro desacordo relativamente a um determinado assunto, matéria ou posição.

Quando as fontes consultadas na peça não apresentam uma concordância ou discordância clara e evidente a respeito de um determinado assunto, matéria ou posição, assinala-se como 3) “Não aplicável”.

e) Análise de Actores

Os artigos podem resultar de acções de indivíduos ou de instituições que nelas intervêm ou que são alvo da atenção mediática. Os actores são os intervenientes activos no processo de comunicação. Cada actor desempenha um determinado papel, cuja definição resulta do tipo específico de interacção mediática.

O **protagonista** é o actor mais visível no artigo jornalístico, aquele que merece mais atenção através de menções à sua pessoa ou de citações suas no título e no lead. Responde às questões: “Quem fala?” ou “De quem se fala?”.

15. Actor Principal (protagonista)

Definição conceptual: refere-se ao indivíduo cujas declarações são essenciais à construção da notícia e cuja centralidade enquanto protagonista do artigo jornalístico é visível. Responde às questões: “quem fala?” e “de quem se fala?”

16. Valência/tom da peça face ao principal actor (quando aplicável)

Definição conceptual: verifica-se se, no contexto em que surge, o protagonista é essencialmente associado a situações de sucesso, resolução de problemas, apresentação de propostas ou ideias etc., ou, pelo contrário, a situações de insucesso, quebra de compromissos, envolvimento em situações polémicas, alvo de crítica, etc.

17. Pertença político-partidária do principal actor (*quando aplicável*)

Definição conceptual: codifica-se o partido político do principal actor (só se aplica aos actores nacionais) apenas em caso de o mesmo ser identificado explicitamente como ligado a um determinado partido.

18. Qualidade em que aparece o Principal Actor

Definição conceptual: Refere-se ao principal actor previamente identificado na variável 14. Pretende-se identificar a qualidade DOMINANTE na qual o principal actor (protagonista) aparece no artigo.

19. Colunista/Comentador (*variável aberta*)

Definição Conceptual: Refere-se a indivíduos de qualquer âmbito profissional (incluindo o jornalismo) que comentam factos ou acontecimentos, num artigo de opinião; com ou sem localização fixa e periodicidade regular.

f) Sociografia dos Artigos

Os indicadores que se seguem dependem da sua referência explícita dentro do próprio artigo, ou seja, quando a etnia, pertença cultural, religião, comportamento sexual, ou grupo etário forem referidos ou estiverem presentes no artigo.

20. Presença e/ou referência a Grupos Minoritários/Imigrantes

Definição conceptual: codifica-se o grupo de pertença presente ou referido apenas quando na peça é feita uma referência explícita ao mesmo. As categorias de resposta baseiam-se num estudo do ACIME que utiliza a percepção e a terminologia dos próprios profissionais de comunicação.

21. Qualidade em que Aparecem os Grupos Minoritários/Imigrantes

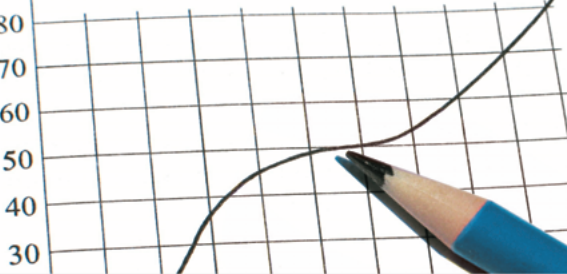
Definição Conceptual: Avalia-se se o artigo é construído essencialmente numa perspectiva de vitimização ou de criminalização dos grupos ou imigrantes identificados previamente.

22. Presença e/ou referência a Crianças e Jovens e condição em que surgem

Definição conceptual: Codifica-se **APENAS** quando um artigo tiver presença activa e/ou fizer referência explícita a crianças e/ou jovens. O codificador SÓ deve assinalar a presença de crianças ou jovens nos artigos quando: 1) forem protagonistas (tiverem discurso activo); 2) forem explicitamente referidos.

O objectivo é identificar tanto as situações em que estes aparecem, bem como a condição em que surgem enquadrados.

FRG



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO 2008



SONDAGENS

VOLUME III

SONDAGENS

1. Nota introdutória

O ano de 2008 foi um ano inter-eleitoral, evidenciando-se uma quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos. Durante o ano que findou realizou-se apenas um acto eleitoral – a Eleição Legislativa Regional dos Açores, em 19 de Outubro – com reduzida repercussão ao nível dos estudos de opinião realizados (apenas duas investigações divulgadas).

Comparando com o ano de 2007, foram depositados menos 22 estudos em 2008, num total de 102, estando 95 deles no âmbito do disposto no artigo 1º da Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. Para além da redução do número de depósitos de sondagens, constatou-se também uma redução no número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora (menos quatro).

A percentagem de sondagens divulgadas foi menor do que em 2007. Não obstante, o número de peças noticiosas recuperadas, em 2008, foi ligeiramente superior ao do ano anterior.

A redução global da actividade do sector ao nível da produção de estudos não significou, no entanto, uma redução do ritmo de acções desenvolvidas pela Unidade de Sondagens da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

A incorporação de um novo técnico nesta Unidade, com experiência académica reconhecida ao nível do desenvolvimento de projectos de estudos de índole social e política, possibilitou um aprofundamento da vertente do trabalho regulador da ERC nesta área, incrementando-se a acção de acompanhamento das divulgações recuperadas.

A par do desenvolvimento do software disponível para o registo e análise da conformidade legal das sondagens depositadas e dos estudos divulgados, nas suas vertentes metodológicas e na forma de abordagem das peças noticiosas publicadas, os técnicos da Unidade de Sondagens da ERC concretizaram a melhoria da sistematização do conjunto de procedimentos a ela adstritos, a qual possibilitou o aprofundamento das acções desencadeadas, consubstanciando-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (CREG).

Não obstante, a intervenção da ERC, no domínio das suas competências relativamente às sondagens,

manteve a postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, procurando, na medida do possível, empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

As acções e consultas desencadeadas no desenho e implementação de um modelo de Ficha Técnica de depósito de sondagens, mais ajustado às exigências de rigor e transparência e, ao mesmo tempo, mais ajustado às necessidades das empresas credenciadas, é uma prova dessa postura, assim como o foram as reuniões com alguns órgãos de comunicação social, para apreciar as dificuldades impostas pela Lei actual em matéria de elementos de divulgação obrigatórios, bem como a ponderação de um conjunto de soluções que, garantindo as exigências legais, reforçam o rigor e transparência que são devidas ao público consumidor.

Em paralelo, numa intervenção que é reveladora da preocupação com o trabalho desenvolvido pelas empresas credenciadas, bem como pela intervenção dos órgãos de comunicação social ao nível da divulgação dos estudos, a ERC encetou um estudo interno do normativo legal vigente (Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho), numa abordagem que procura estudar modelos alternativos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, mantendo o espírito de rigor e transparência que lhes são exigíveis.

Este estudo, e para além da Lei actual, está alicerçado no conjunto de informação recolhida em 2007, na sequência da apreciação e análise dos códigos de conduta e de ética instituídos por associações profissionais do sector, nacionais e internacionais, bem como em legislação congénere aplicada noutros países.

A apresentação e análise de resultados que ora se enceta procurará estabelecer uma linha comparativa entre 2007 e 2008, em consonância com a normalização da abordagem levada a cabo no relatório do ano transacto, e relativo a 2007. Melhoramentos introduzidos em 2008 nos sistemas de notação e análise, como sejam as novas listas de verificação da conformidade legal dos depósitos de sondagens e respectivas divulgações, merecerão um tratamento isolado, por ausência de dados comparativos referentes ao ano anterior.

À semelhança do expediente utilizado em anos anteriores, a divulgação das sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pela Markdata, com base no protocolo existente com a ERC, e, sobretudo, por pesquisa directa nos órgãos de informação clientes das empresas, nas suas versões impressa e da internet.

Duas das 18 empresas acreditadas junto da ERC, à data de 31 de Dezembro de 2007, viram confirmada pelo Conselho Regulador a caducidade da sua credenciação para a realização de sondagens de opinião – a Regipom e a Apeme.

Uma terceira, a Data Crítica, viu caducar naturalmente a sua credenciação, por ausência de contacto e de manifestação de intenção na sua renovação.

Entretanto, a Entidade Reguladora apreciou, durante o ano de 2008, cinco pedidos de credenciação – Motivação, G.Triplo, Netsonda, Consulmark2 e Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo –, sendo um deles um pedido de (re)credenciação com alteração da denominação da entidade (Consulmark2).

Relativamente ao pedido de credenciação do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT), apreciado em Outubro de 2008, foi o mesmo indeferido após apreciação jurídica fundamentada, com a justificação de que o objecto estatutário do IPDT não compreende nas suas atribuições a realização de inquéritos e sondagens de opinião.

À data de 31 de Dezembro de 2008, as empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composta por 18 entidades:

FIG. 1 Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2008

Aximage , Comunicação e Imagem, Lda
Consulmark2 , Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda
Domp , Desenvolvimento Organizacional Marketing, SA
Eurequipa , Opinião, Marketing e Consultadoria, Lda
Euroexpansão , Análises de Mercado e Sondagens, SA
Eurosondagem , Estudos de Opinião, SA
Euroteste , Marketing e Opinião SA
G.Triplo , Estudos e Sondagens de Opinião, Lda
Gemeo , Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, Lda
Marktest , Marketing, Organização, Formação, Lda
Motivação , Estudos Psico-Sociológicos, Lda
Netsonda , Consultadoria, Sondagens e Estudos de Mercado, Lda
Norma-Açores , Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, SA
Novadir , Estudos de Mercado e Consultadoria de Marketing, Lda
Pitagórica , Investigação e Estudos de Mercado, SA
Universidade Católica Portuguesa , CESOP

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos das empresas credenciadas (2008).

Das três empresas que perderam a sua credenciação entre 2008 e 2009, Regipom e Apeme, viram a sua caducidade confirmada através de deliberações do Conselho Regulador, após terem sido oficiadas relativamente à ausência de qualquer depósito de sondagens divulgadas nos dois anos anteriores à

data de caducidade, conforme determinado pelo n.º 4 do artigo 3º da Lei n.º 10/2000.

Nenhuma delas promoveu qualquer pedido formal de renovação junto desta Entidade Reguladora.

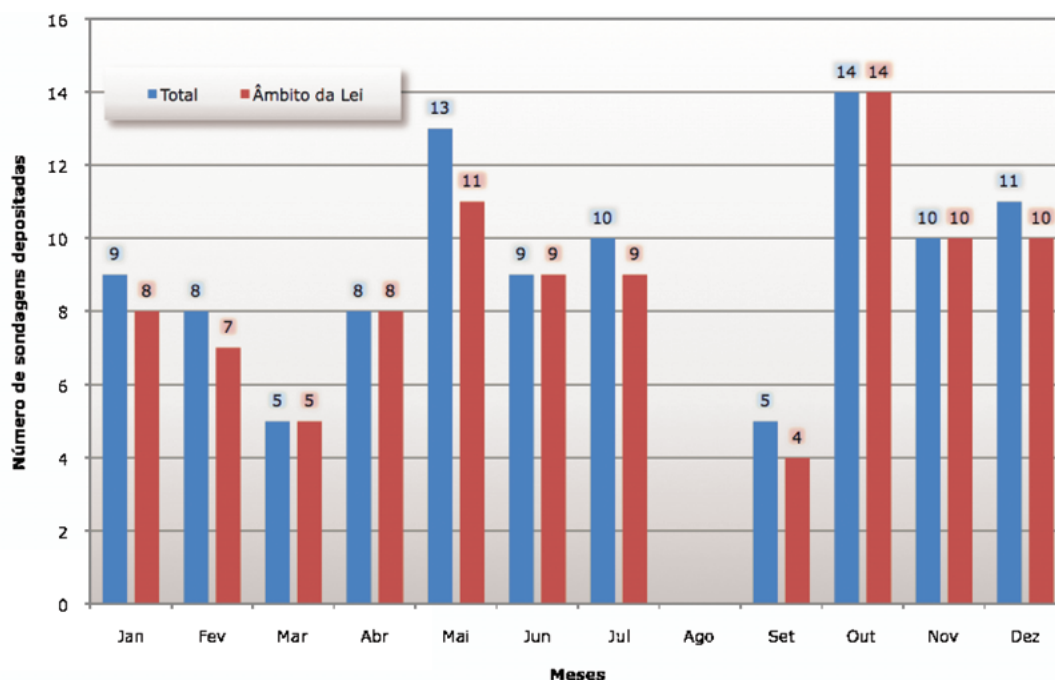
2. Actividade da Unidade de Sondagens em 2008

Características dos Depósitos de Sondagens⁸

1.1. Número de depósitos⁹

Observaram-se 102 depósitos de sondagens durante o ano civil de 2008, estando 95 delas no âmbito do disposto no artigo 1º da Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho, ou seja, no âmbito da actividade reguladora da ERC. A distribuição mensal das sondagens depositadas foi a seguinte:

FIG.2 Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano de 2008*



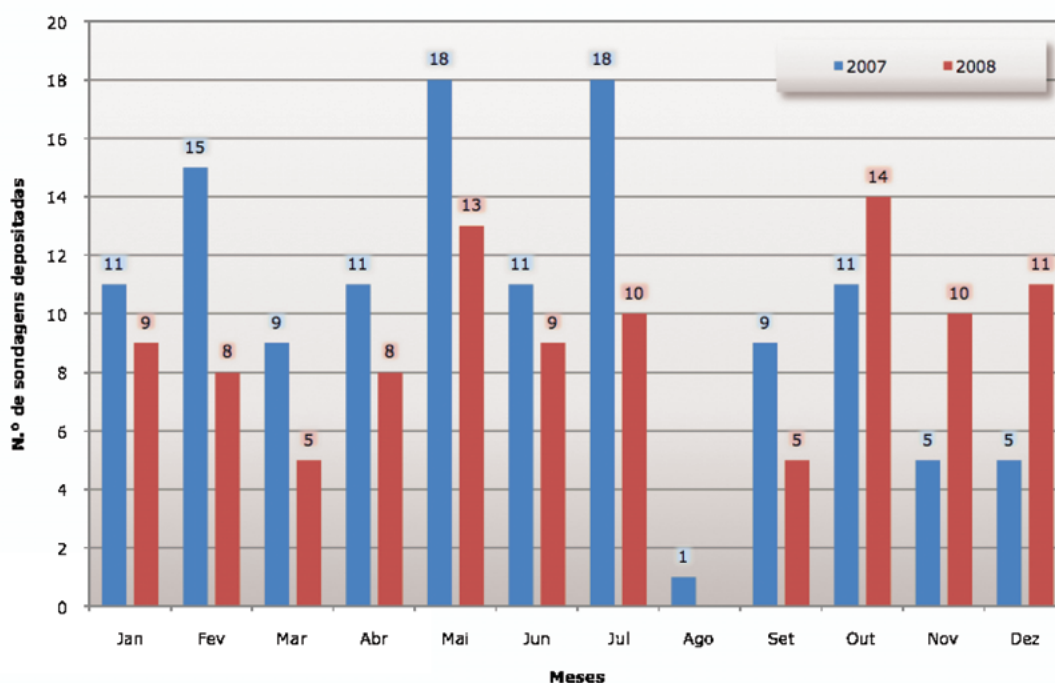
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102; Total de depósitos no âmbito da Lei N=95).

* Muito embora as sondagens que não estão no âmbito do artigo 1º da Lei n.º 10/2000 não sejam taxadas, o depósito implica uma apreciação do conteúdo e, subsistindo dúvidas acerca do seu objecto, são as mesmas presentes ao departamento jurídico da ERC, para elaboração fundamentada de um parecer.

⁸ A análise envolve as sondagens depositadas na Entidade Reguladora para a comunicação Social durante o ano Civil de 2008

⁹ Consideram-se depósitos as sondagens que são entregues pelas empresas credenciadas para apreciação da ERC, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.

FIG. 3 Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2007 e de 2008



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Contrariamente ao verificado em 2007, em que se referendou a interrupção voluntária da gravidez, em Fevereiro, se realizaram as eleições legislativas regionais da Madeira, em Maio, e se elegeu o executivo camarário da cidade de Lisboa, em Julho, durante o ano de 2008 apenas se realizou o escrutínio para a Assembleia Legislativa Regional dos Açores, em Outubro.

Assim, do conjunto de dados apresentados na figura anterior, serão de relevar os seguintes aspectos:

- O conjunto de depósitos observados em 2007 apresenta uma maior irregularidade ao longo daquele ano, por via, precisamente, dos actos eleitorais realizados.
- Apenas nos três últimos meses do ano de 2008 foram os depósitos mensais superiores aos de 2007, o que pode obter uma explicação na realização do acto eleitoral referenciado, bem como um interesse crescente relativamente aos assuntos de foro eleitoral com o aproximar de um ano político com forte componente eleitoral.

A empresa Intercampus foi a entidade que mais depósitos realizou durante o ano de 2008, por via do seu Barómetro Político semanal iniciado em Maio, contabilizando-se um total de 24 sondagens depositadas, ou seja, cerca de 24% do total. A empresa Eurosondagem, com 22 depósitos (cerca de 22% do total), reduziu significativamente o total de sondagens depositadas na ERC (menos 13 depósitos) em relação a 2007, o mesmo sucedendo em relação à Aximage, com menos seis depósitos do que no ano anterior, mas ainda assim representando um pouco mais do que a quinta parte dos 102 depósitos efectuados (21%).

A Universidade Católica Portuguesa, através do seu centro de estudos – CESOP – centrou a sua atenção nos estudos de conjuntura, os quais realiza algumas vezes durante o ano, vindo consideravelmente reduzida, por ausência de actos eleitorais em 2008, o seu contributo para o total de sondagens depositadas (5% do total). Outra das empresas que reduziu consideravelmente o número de depósitos foi a Gemo, a qual havia desenvolvido em 2007 um conjunto de investigações dirigidas à gestão das autarquias e ao voto autárquico, tendo apenas depositado três estudos em 2008.

FIG. 4 Número de sondagens depositadas nos anos de 2007 e 2008, por empresa

	2008	%	2007	%	Var. Abs
INTERCAMPUS	24	23,5%	11	8,9%	+
EUROSONDAGEM	22	21,6%	35	28,2%	-
AXIMAGE	21	20,6%	27	21,8%	-
MARKTEST	12	11,8%	14	11,3%	-
UCP – CESOP	5	4,9%	11	8,9%	-
DOMP	5	4,9%	1	0,8%	+
G.TRIPLO	5	4,9%	0	0,0%	+
GEMEO	3	2,9%	10	8,1%	-
EUREQUIPA	2	2,0%	2	1,6%	=
IPOM	1	1,0%	2	1,6%	-
EUROEXPANSÃO	1	1,0%	0	0,0%	+
NETSONDA	1	1,0%	0	0,0%	+
REDECAMPO	0	0,0%	3	2,4%	-
DATA CRÍTICA	0	0,0%	2	1,6%	-
EUROTESTE	0	0,0%	2	1,6%	-
NOVADIR	0	0,0%	1	0,8%	-
ISCSP	0	0,0%	1	0,8%	-
NORMA – AÇORES	0	0,0%	1	0,8%	-
GBN	0	0,0%	1	0,8%	-
	102		124		

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Das restantes empresas/institutos credenciadas(os), de relevar a Marktest que, mantendo o seu barómetro regular, depositou 12 estudos na ERC, menos dois que no ano anterior.

Para além da redução do número de depósitos de sondagens para divulgação, constata-se que, de 2007 para 2008, o número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora reduziu-se em quatro. Este conjunto de factos poderá gerar as seguintes conjecturas:

- Que, por ausência de actos eleitorais, os assuntos do foro político que estão subsumidos no âmbito de aplicação da Lei das Sondagens não foram da preferência dos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam e procedem à divulgação de sondagens de opinião, gerando uma diminuição substancial do número de depósitos concretizados.
- Que, em ano intercalar de decisões eleitorais, muito embora tenham sido depositadas apenas 102 sondagens, o número de estudos realizados terá sido superior, efectuados principalmente para acompanhamento e projecção interna das estratégias partidárias, os quais, por não se destinarem a divulgação, não foram depositados na ERC.
- Que se acentuaram em 2008 as tendências de especialização, provocando a concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas¹⁰.

As 102 sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foram realizadas para 38 clientes distintos, número praticamente idêntico ao apurado em 2007 (37).

FIG. 5 Principais clientes das sondagens depositadas na ERC, e número de estudos contemplados (2007 e 2008)

	2008	2007
Correio da Manhã	21	28
Jornal de Negócios	21	28
Record	21	28
Sábado	21	24
TVI	21	10
Expresso	15	20
Rádio Renascença	14	20
SIC	14	21
RDP/Antena 1	5	11
RTP1	5	15
Semanário Económico	5	0
Jornal de Notícias	4	5
Diário Económico	3	2
<i>Outros clientes (n.º)*</i>	25	25

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

* Este indicador refere-se apenas ao número de clientes com expressão reduzida em termos de sondagens contratadas.

Confrontados os elementos compilados no ano de 2008 com aqueles que foram obtidos em 2007, serão de relevar os seguintes aspectos:

- Uma redução global das sondagens contratadas pela generalidade das entidades indicadas.
- O crescimento acentuado das sondagens contratadas pela TVI, fruto do lançamento e divulgação de um barómetro semanal, adjudicado à empresa Intercampus.

¹⁰ Em 2007, os depósitos conjuntos das três empresas mais representativas significaram cerca de 61% do total, enquanto em 2008 essa percentagem subiu para os 66%.

- A redução drástica das sondagens contratadas pelo Diário de Notícias e TSF (que, em 2007, haviam representado cerca de 10% dos depósitos), após ter terminado a parceria destes órgãos com a Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal, muito embora esta empresa tenha mantido o seu depósito durante 2008, sob a designação de “estudo próprio”.

1.2. Temas abordados

Em ano inter-eleitoral como o de 2008, a manutenção dos barómetros políticos regulares que abordam a imagem das principais instituições políticas do País e seus representantes, bem como a dos líderes partidários, reflecte-se na maior incidência destes temas em relação a outros, eventualmente mais focalizados em aspectos concretos do foro político e social.

Assim, surgem referenciados em mais de 50% das sondagens depositadas em 2008 as abordagens relativas à Imagem dos Líderes Partidários, Voto Legislativo e Imagem do Presidente da República, sendo superior a 25% as sondagens que abordam temas relativos à Imagem do Primeiro-Ministro, Imagem do Governo e Imagem dos Ministros do Governo.

Se, em 2007, este conjunto de temas haviam recolhido também a grande incidência das abordagens, a sua importância relativa no seio do conjunto dos estudos depositados foi substancialmente menor, como se poderá constatar da leitura da figura 5. A realização das eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa, assim como o referendo nacional sobre a Interrupção Voluntária da Gravidez e as eleições regionais da Madeira estão bem patentes nos temas das sondagens depositadas em 2007, abordagens que não recolheram o interesse dos estudos de opinião realizados em 2008, como se depreende da leitura daquela figura.

Para além dos temas relacionados com a situação e expectativas económicas, serão de relevar o conjunto de estudos relacionados com o Partido Social Democrata, partido que viveu dois escrutínios internos e, conseqüentemente, duas alterações de liderança em anos consecutivos.

Foram, assim, assinalados um total de 161 temas diferentes nas sondagens depositadas durante o ano de 2008¹¹ (mais 52 do que o que foi apurado em 2007¹²), que representaram um total de 581 referências distintas no conjunto das 102 sondagens depositadas, sendo particularmente evidente todas as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, Primeiro-Ministro do Governo, Governo, Ministros e Líderes Partidários.

11 Consideram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

12 Recorde-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2007, após algumas benfeitorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

FIG.6 Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2008 e de 2007, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2007 e 2008)*

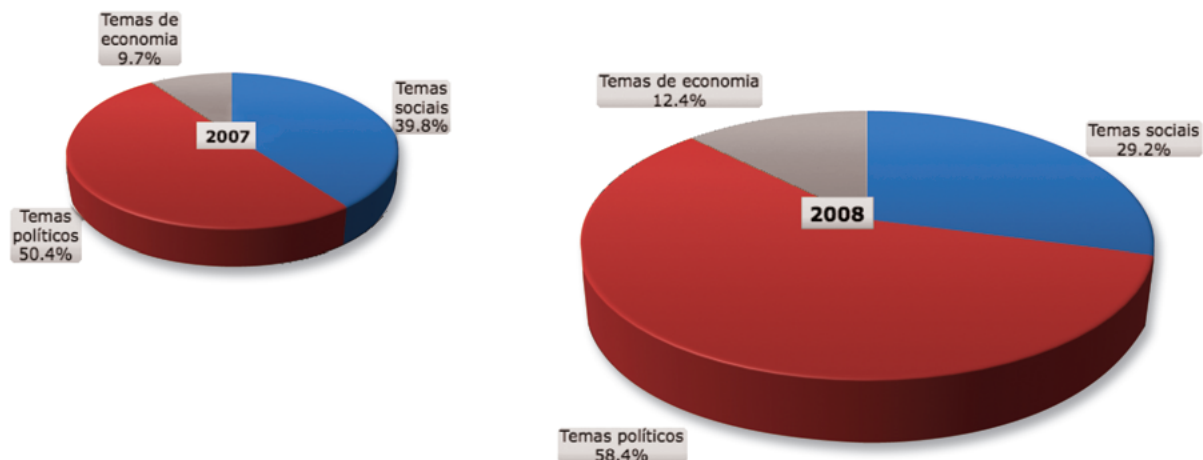
	2008		2007	
Imagem dos Líderes Partidários	57	55,9%	38	30,6%
Voto Legislativo	57	55,9%	42	33,9%
Imagem do Presidente da República	52	51,0%	35	28,2%
Imagem do Primeiro-Ministro	48	47,1%	30	24,2%
Imagem do Governo Nacional	29	28,4%	27	21,8%
Imagem dos Ministros	27	26,5%	23	18,5%
Temas relacionados c/PSD	12	11,8%	15	12,1%
Situação económica	11	10,8%	7	5,6%
Imagem da Assembleia da República	9	8,8%	11	8,9%
Imagem do Presidente da Câmara	9	8,8%	14	11,3%
Voto autárquico	8	7,8%	30	24,2%
Casos de justiça	8	7,8%	6	4,8%
Imagem Pr. Assembleia da República	7	6,9%	6	4,8%
Áreas de governação	5	4,9%	1	0,8%
Cenários eleitorais	5	4,9%	4	3,2%
Expectativas económicas	5	4,9%	4	3,2%
Imagem oposição	5	4,9%	1	0,8%
Liderança dos partidos	5	4,9%	7	5,6%
Confiança nas instituições políticas	4	3,9%	1	0,8%
Confiança nas instituições financeiras/bancárias	4	3,9%	0	0,0%
Oposição ao Governo	4	3,9%	3	2,4%
Problemas concelhos/locais	4	3,9%	16	12,9%
Sistema de saúde	4	3,9%	5	4,0%
Temas de desporto	4	3,9%	7	5,6%
Temas de economia	4	3,9%	4	3,2%
Temas de educação	4	3,9%	4	3,2%
Temas energéticos	4	3,9%	2	1,6%
Aborto	0	0,0%	18	14,5%
Voto referendo	0	0,0%	18	14,5%
Aeroporto de Lisboa	1	1,0%	10	8,1%
Imagem dos vereadores	0	0,0%	9	7,3%
Custo de vida	2	2,0%	7	5,6%
Voto regional	2	2,0%	7	5,6%

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

*Percentagens calculadas sobre o número total de sondagens depositadas durante os anos de 2007 e de 2008, respectivamente.

Comparando os dois anos em presença, aumentou em 2008 a percentagem de abordagem de temas políticos. Em 2007, recorde-se, a Interrupção Voluntária da Gravidez foi um dos temas mais prementes no início do ano, por via do referendo nacional realizado em Fevereiro, o que veio inflacionar as abordagens de índole social. A forte incidência dos barómetros regulares de carácter político durante o ano de 2008 reflectiu-se neste crescimento relativo dos temas políticos.

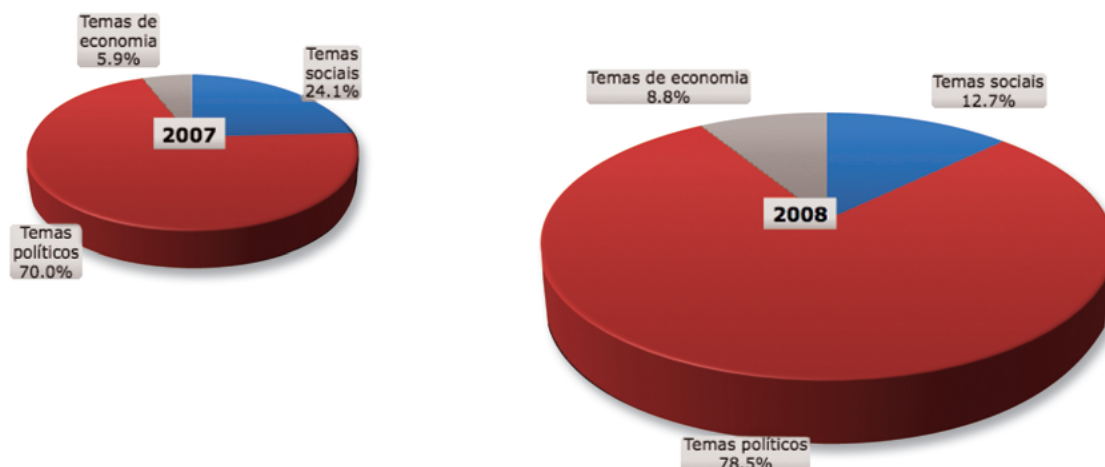
FIG. 7 Número de temas apurados nas sondagens de 2007 e 2008, por grandes grupos



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de temas registados N=161 (2008); N=109 (2007).

Dentro das abordagens políticas, o número de referências e de avaliação da imagem dos órgãos de soberania aumenta de 23% para 30% do total, entre 2007 e 2008, respectivamente, representando cerca de 12%, em 2008, o conjunto das referências a recolhas de índole eleitoral (intenção e sentido de voto), menos 5% do que o apurado em 2007.

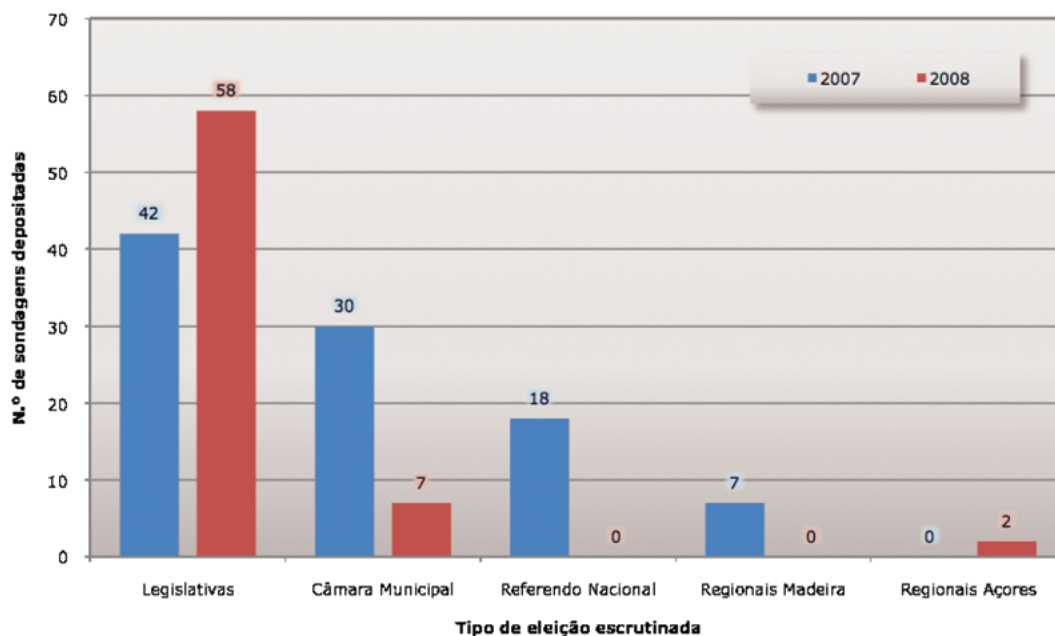
FIG. 8 Número total de referências temáticas produzidas em 2007 e 2008, por grandes grupos



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de referências temáticas N=581 (2008); N=580 (2007).

A recolha da intenção e sentido do voto dos eleitores foi produzida em 67 sondagens, não se constatando a existência de estudos de opinião que tenham abordado mais de um dos tipos de eleições referenciados.¹³

FIG. 9 Número de sondagens depositadas, por tipo de eleição estudada (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

¹³ Recordar-se que, em 2007, a recolha da intenção e sentido do voto dos eleitores havia sido produzida em 88 das 97 sondagens então depositadas que se debruçaram sobre estes temas, donde se concluiu que em nove delas houve recolha de informação sobre mais de um tipo de eleições.

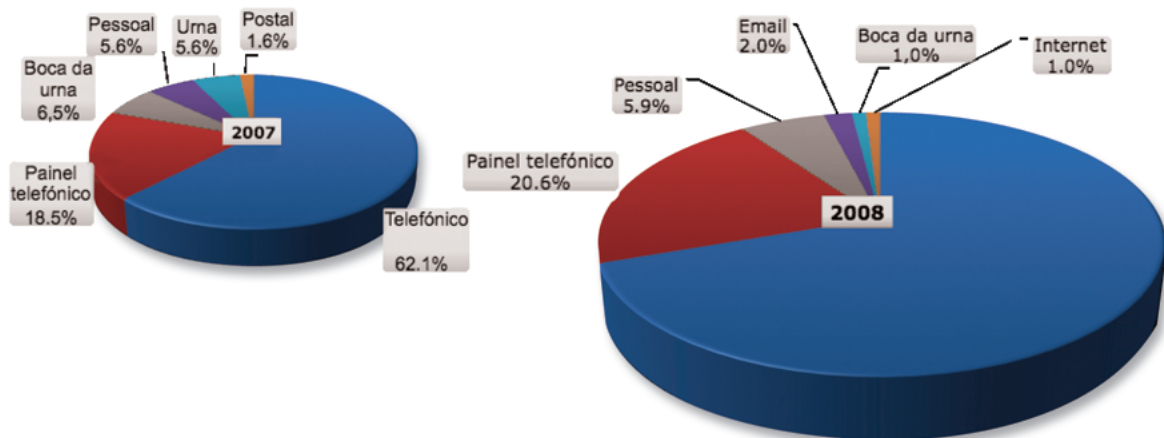
Características Metodológicas das Sondagens¹⁴

2.1 Método de Recolha

De acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o método de recolha de informação mais utilizado foi o telefónico, tendo sido utilizado, através de selecção directa ou em painel, em 82 das 102 sondagens depositadas durante o ano de 2008, ou seja, em cerca de 90% delas.

Tendo ocorrido apenas um acto eleitoral durante o ano, e mesmo esse com fraca abordagem em termos de estudos de opinião, será de realçar neste conjunto de dados a redução substancial do número de estudos que recorreram aos métodos em urna.

FIG. 10 Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2007 e 2008)

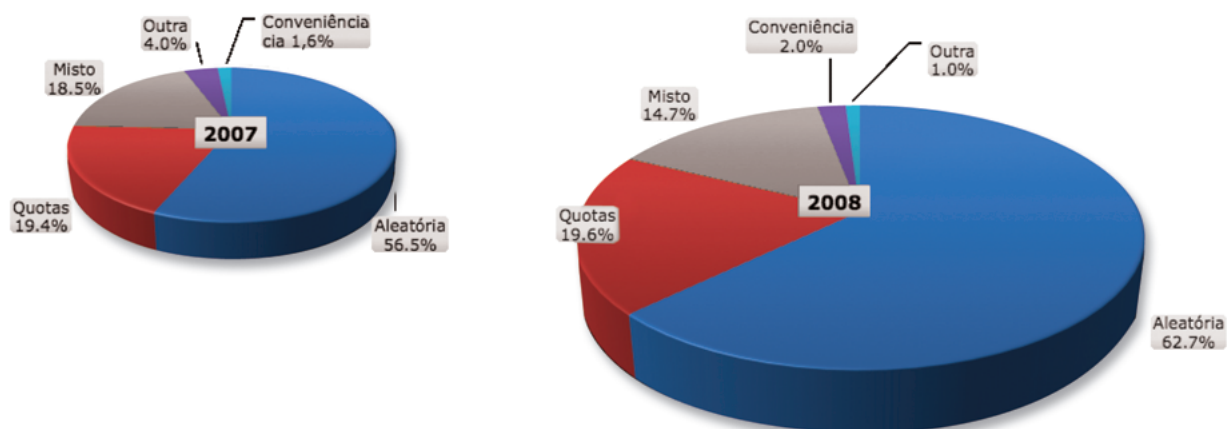


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

2.2 Método de selecção

A grande maioria das sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 foi realizada recorrendo ao método de selecção aleatória das respectivas amostras. Este indicador, bem como o anteriormente apresentado, acompanham o perfil observado em 2007.

¹⁴ A análise envolve as sondagens depositadas na Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante o ano civil de 2008.

FIG. 11 Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2007 e 2008)*

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

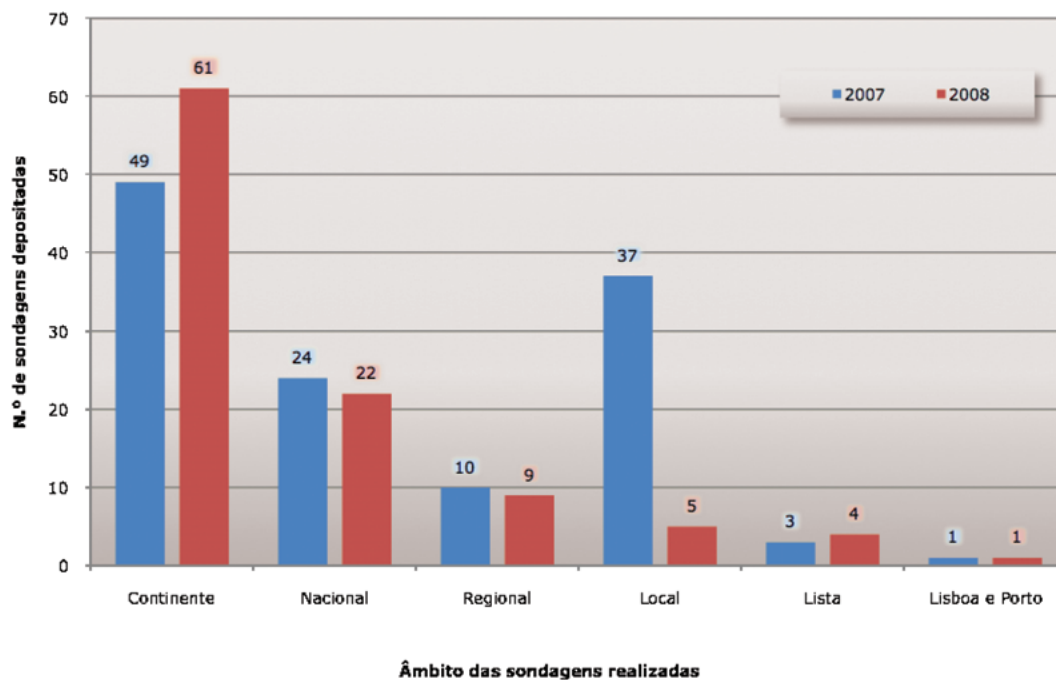
*A inclusão da categoria Misto motivou uma reclassificação dos dados compilados em 2007.

2.3 Âmbito dos estudos

Entre 2007 e 2008, constatou-se uma alteração substancial do perfil do âmbito de recolha das sondagens depositadas junto da ERC. A realização das eleições para a Câmara Municipal de Lisboa, em Julho de 2007, justificou a realização de um número elevado de sondagens de âmbito local durante esse ano, o que não veio a ocorrer em 2008.

Assim, e para além deste forte decréscimo do número de estudos de âmbito local pelas razões invocadas, observou-se um aumento do número de sondagens em que o universo respectivo se define como a população residente em Portugal Continental, indicador que reflecte o lançamento do novo barómetro semanal da empresa Intercampus para a TVI.

FIG. 12 Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

2.4 Dimensão das amostras

As sondagens depositadas na ERC durante o ano de 2008 compreenderam a inquirição total de 80.104 indivíduos, o que representa 34,5% do número total de entrevistas apuradas durante o ano de 2007 (231.960 indivíduos).

FIG. 13 Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2007 e 2008)

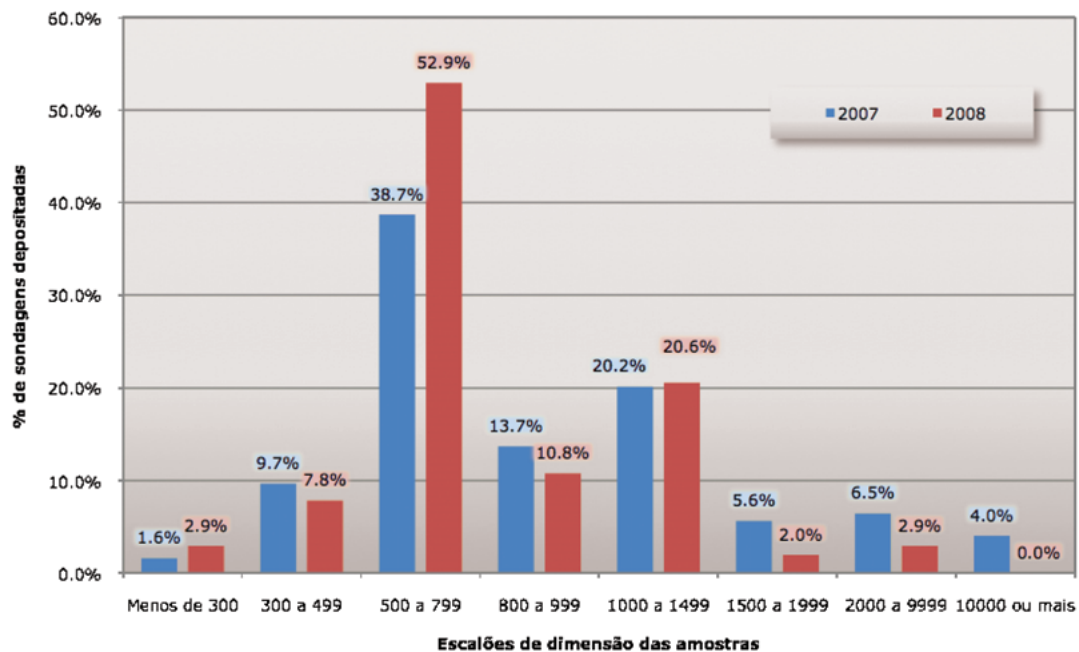
	2008		2007	
Menos de 300	3	2,9%	2	1,6%
300 a 499	8	7,8%	12	9,7%
500 a 799	54	52,9%	48	38,7%
800 a 999	11	10,8%	17	13,7%
1000 a 1.499	21	20,6%	25	20,2%
1500 a 1.999	2	2,0%	7	5,6%
2000 a 9.999	3	2,9%	8	6,5%
10.000 ou mais	0	0,0%	5	4,0%
	102		124	

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Para esta grande discrepância de valores contribuiu decisivamente o facto de, durante o ano de 2008, ter sido depositada apenas uma sondagem com metodologia “à boca da urna”,¹⁵ realizada durante a eleição legislativa regional dos Açores em Outubro, contrariamente ao verificado no ano de 2007, no qual se contabilizaram oito estudos com estas características, totalizando 136.303 entrevistas validadas. A dimensão de amostra mais frequente foram as 600 entrevistas, situando-se a mediana¹⁶ no escalão das 500 às 799 entrevistas.

15 Denominam-se “à boca da urna” as sondagens realizadas em dia de acto eleitoral, junto de locais de escrutínio previamente seleccionados, em que é solicitado ao inquirido que replique o sentido de voto que acabou de exercer, através do preenchimento de um boletim de voto idêntico, com deposição em urna selada.

16 Mediana é uma medida de tendência central, um número que separa a metade inferior da amostra, população ou probabilidade de distribuição, da metade superior. Mais concretamente, metade da população terá valores inferiores ou iguais à mediana e a outra metade terá valores superiores.

FIG. 14 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2007 e 2008)

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

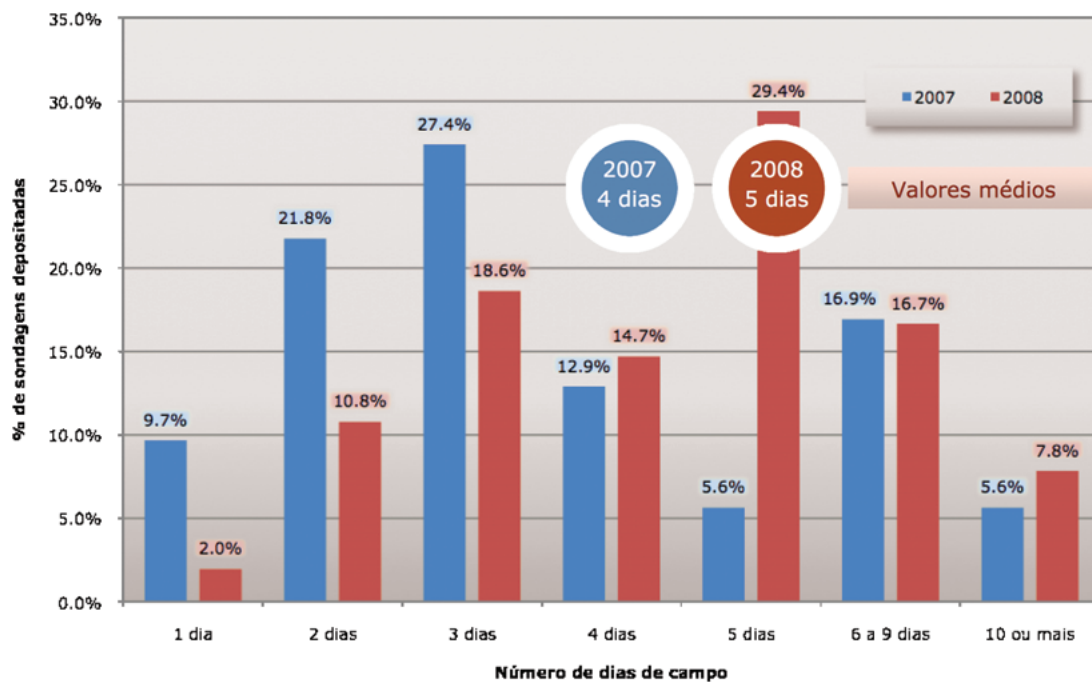
Calculou-se para o ano de 2008 uma média de 785 entrevistas para a totalidade das amostras dos 102 estudos depositados, valor significativamente inferior ao apurado em 2007 (1871 entrevistas), e que, como se referiu anteriormente, se encontrava fortemente inflacionado pelos estudos de acompanhamento eleitoral então realizados. As amostras variaram entre um mínimo de 28 entrevistas, num estudo dirigido a líderes de opinião, e 5902 entrevistas, na única sondagem realizada para projecção final dos resultados da eleição legislativa regional dos Açores, em Outubro de 2008.

2.5 Períodos de recolha de informação

Os períodos de recolha de informação apresentam, como em anos anteriores, algumas variações, constatando-se que 46,1% das sondagens foram realizadas em menos de cinco dias.

A forte incidência de sondagens “à boca da urna”, bem como de estudos pré-eleitorais de âmbito local, resultaram num número substancialmente superior de estudos com menos de cinco dias de campo em 2007, atingindo 71,8% das sondagens depositadas naquele ano.

FIG. 15 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão dos períodos de recolha de informação (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008); N=124 (2007).

Divulgação de sondagens¹⁷

3.1 Número

Foram divulgadas em órgãos de comunicação nacionais 83 das 102 sondagens depositadas junto da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.¹⁸

Comparando este indicador com o apurado em 2007, constata-se uma redução (-4,9%) do número de sondagens depositadas na ERC que foram objecto de divulgação em órgãos de comunicação nacionais.

FIG. 16 Número de sondagens divulgadas (2007 e 2008)

	2008	2007
Sondagens depositadas	102	124
Sondagens divulgadas	83	107
	% 81,4%	86,3%

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

Durante o ano de 2008 recuperou-se um total de 626 peças noticiosas, mais 5 do que em 2007, aumentando de 6 para 8 o número médio de divulgações por sondagem no último ano.

Como em anos anteriores, o elevado número de divulgações reflecte um conjunto de situações que poderíamos sintetizar no seguinte:

- Determinadas sondagens, particularmente os estudos regulares de opinião política (barómetros), são encomendados, em parceria, por mais do que um órgão de comunicação social (normalmente, imprensa, televisão e rádio), o que se traduz, em consequência, num número de divulgações significativamente superior ao dos depósitos.¹⁹
- A temática e o forte impacto dos resultados obtidos e apresentados em algumas sondagens gera interesse na sua divulgação por parte de outros suportes de comunicação social.

¹⁷ A análise envolve as sondagens divulgadas em órgãos de Comunicação Social nacionais durante o ano civil de 2008 com correspondência nos depósitos concretizados no mesmo período temporal.

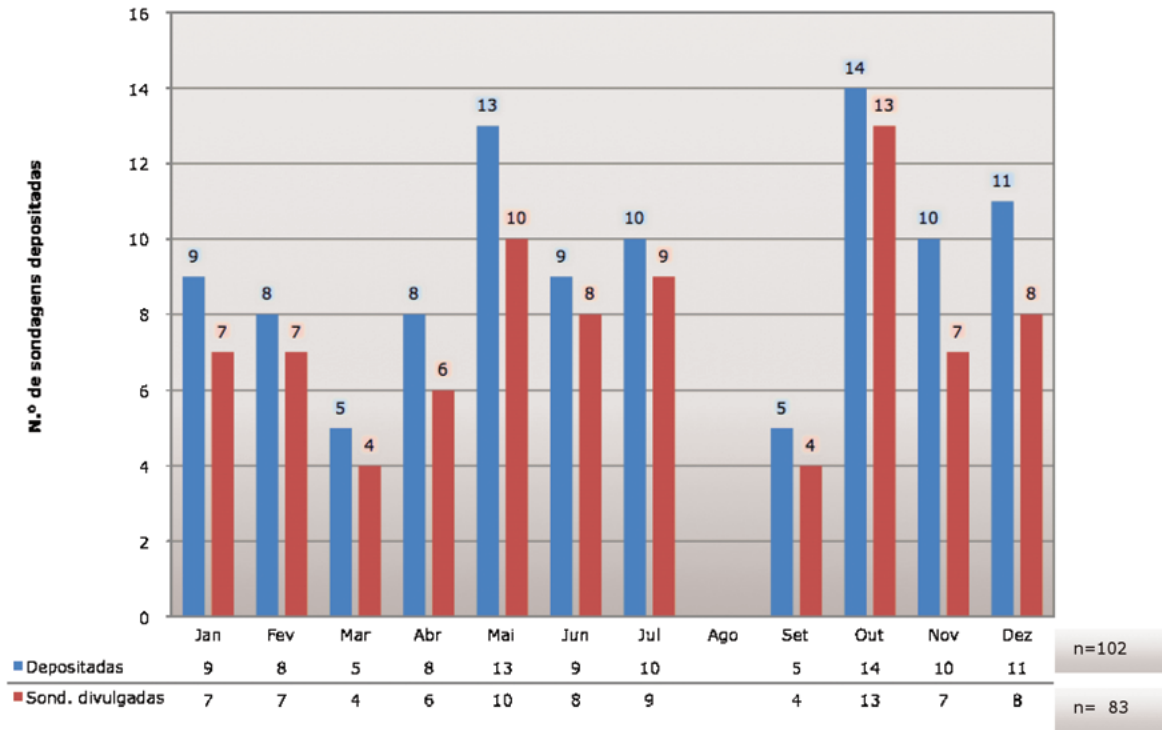
¹⁸ Contabilizam-se na figura 13 o número de sondagens divulgadas, do conjunto de estudos que foram depositados na ERC durante o ano civil de 2008.

¹⁹ Refira-se, a título de exemplo, que determinadas sondagens, contratadas por parcerias de órgãos de comunicação social, chegam a obter um número de divulgações superior às três dezenas.

- Os resultados obtidos nos barômetros políticos são, normalmente, desdobrados e, como tal, apresentados em múltiplas edições dos órgãos de comunicação que os contrataram.

A diferença entre os depósitos registados mensalmente na ERC e o número de sondagens divulgadas em cada mês não apresentou grandes irregularidades, resultando em perfis anuais praticamente idênticos.

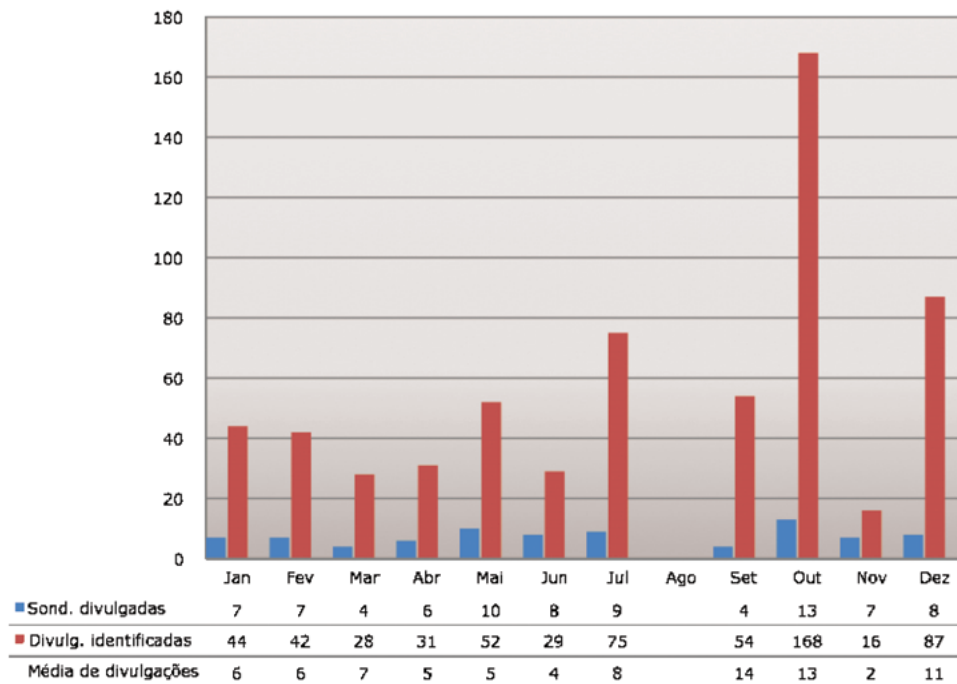
FIG. 17 Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008).

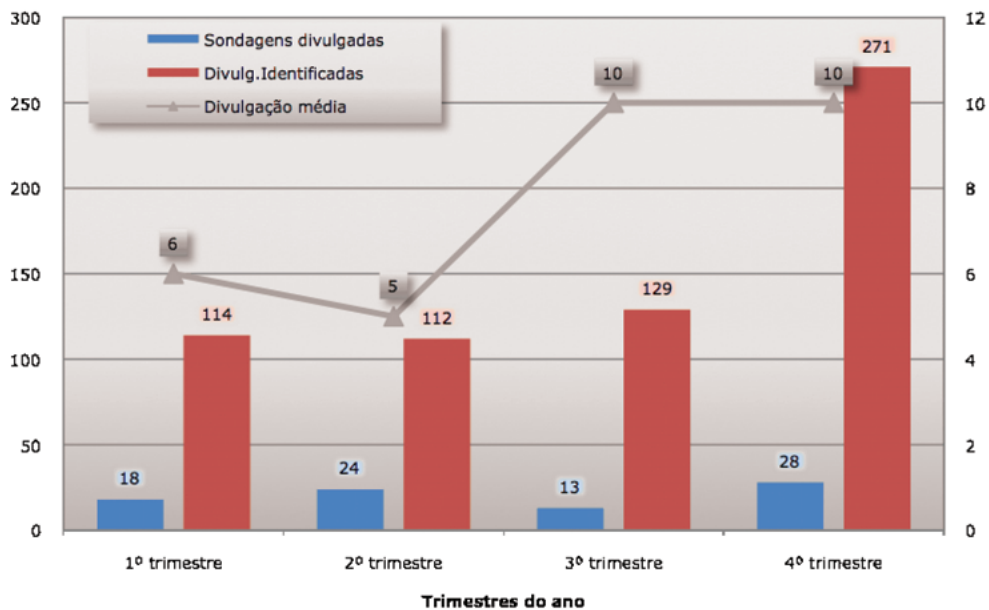
Não obstante a regularidade daquele perfil, a partir de Setembro de 2008 constata-se um crescimento acentuado do número médio de divulgações por sondagem, sendo significativamente superior à média anual apurada (8).

FIG. 18 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

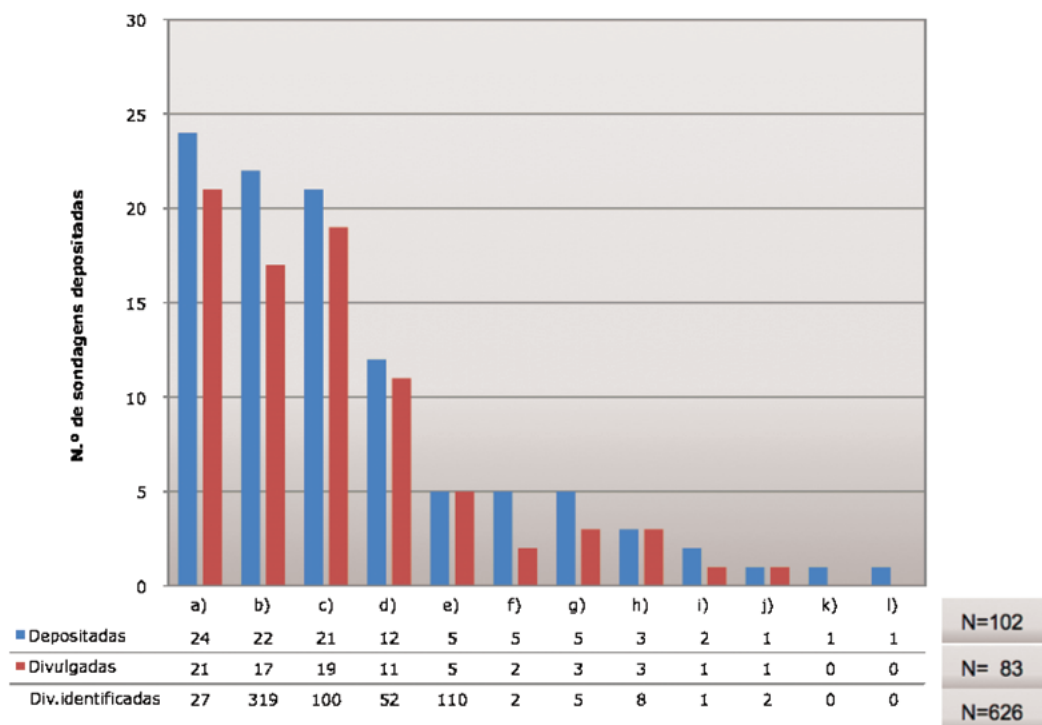
FIG. 19 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre do ano (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

Das empresas para as quais foi apurado um número maior de depósitos de sondagens, pertence à UCP (CESOP) a média de divulgações superior (22), atingindo quase o triplo do valor médio anual (8). A empresa Eurosondagem, com 319 peças noticiosas, num conjunto de 17 sondagens divulgadas, é, não obstante, a empresa mais representada nos órgãos de comunicação social acompanhados, apurando-se uma média de 19 divulgações por sondagem.

FIG. 20 Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas (2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de depósitos N=102 (2008). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

* Para esclarecimento de dúvidas relativas à definição destes conceitos, aconselha-se a leitura do Glossário.

FIG. 21 Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2008)

a)	Intercampus	1	e)	UCP - CESOP	22	i)	Eurequipa	1
b)	Eurosondagem	19	f)	Domp	1	j)	Ipom	2
c)	Aximage	5	g)	G.Triplo	2	k)	Euroexpansão	0
d)	Marktest	5	h)	Gemeo	3	l)	Netsonda	0

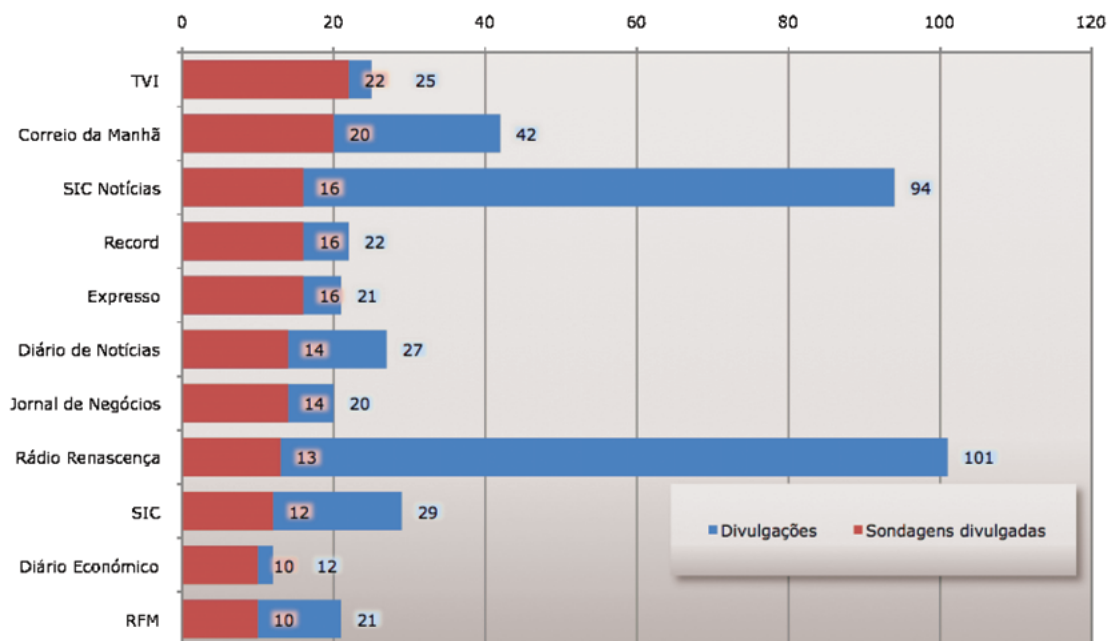
Média de peças noticiosas por sondagem divulgada.

3.2 Órgãos divulgadores

Na sequência do acompanhamento verificado, identificou-se um total de 48 de órgãos de comunicação que procederam à divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2008, ou seja, menos 18 do que o apurado em 2007 (66).

Muito embora a TVI e o Correio da Manhã tenham procedido à divulgação de um número superior de sondagens, a Rádio Renascença e a SIC Notícias, com 101 e 94 peças noticiosas, respectivamente, foram os órgãos que mais espaço dispensaram à divulgação de estudos de opinião.

FIG. 22 Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008). Total de divulgações identificadas N=626 (2008).

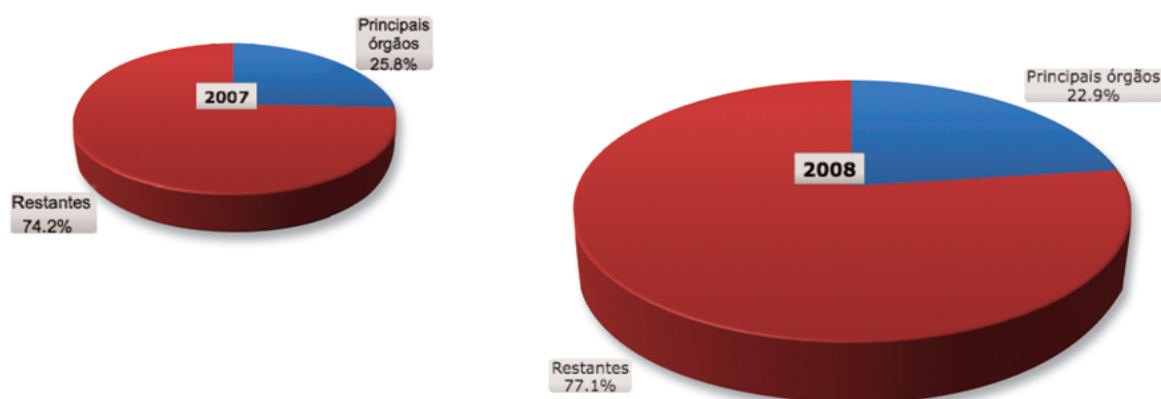
* Consideraram-se Principais órgãos, e para efeito de análise, todos aqueles que durante o ano civil de 2008 procederam à divulgação de dez ou mais sondagens.

Esta alteração substancial do número de órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens de opinião está em consonância com uma redução do mercado global deste tipo de estudos, o qual terá resultado de um conjunto de factores que já foram aflorados anteriormente e que poderíamos sintetizar no seguinte:

- Uma redução global das sondagens contratadas.
- Uma redução do número de empresas que procederam ao depósito de sondagens junto da ERC.
- A ausência de actos eleitorais com forte relevância política durante o ano de 2008 (exceptuando as eleições regionais dos Açores).
- Em consonância com o anterior, algum desinteresse pelos assuntos do foro eleitoral e político por parte dos órgãos de comunicação social que habitualmente contratam e procedem à divulgação de sondagens de opinião.
- A redução drástica das sondagens contratadas por alguns órgãos (Diário de Notícias e TSF) que, em 2007, haviam representado uma percentagem significativa dos depósitos.
- O acentuar, em 2008, das tendências de especialização, provocando a concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas e, concomitantemente, num número mais restrito de órgãos divulgadores.

Em 2008, contabilizaram-se 11 órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião durante o ano, ou seja, 22,9% do total, tendo tal indicador representado 25,8% do total de órgãos divulgadores em 2007, representando um total de 17 órgãos.

FIG. 23 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 e 2008)

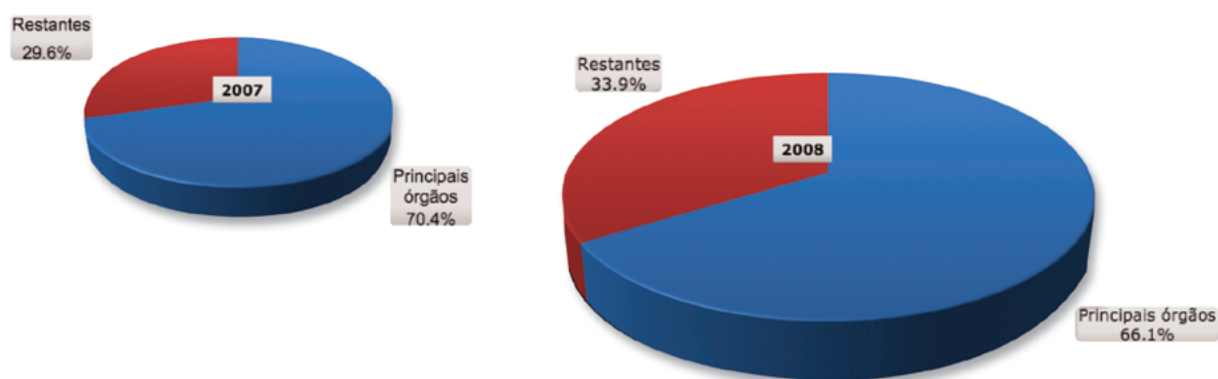


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=48 (2008); N=66 (2007).

Em 2008, os órgãos de comunicação social mais significativos em termos de divulgações representaram um total de 414 peças noticiosas monitorizadas, correspondendo os restantes 37 a um pouco mais de um terço (212) do total de divulgações (626).

Ou seja, num perfil semelhante ao apurado no ano de 2007, os dados recolhidos pela ERC, em 2008, revelam que cerca da quarta parte dos órgãos de comunicação social que divulgaram sondagens durante o ano representaram cerca de dois terços das divulgações identificadas.

FIG. 24 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de sondagens N=48 (2008); N=66 (2007). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

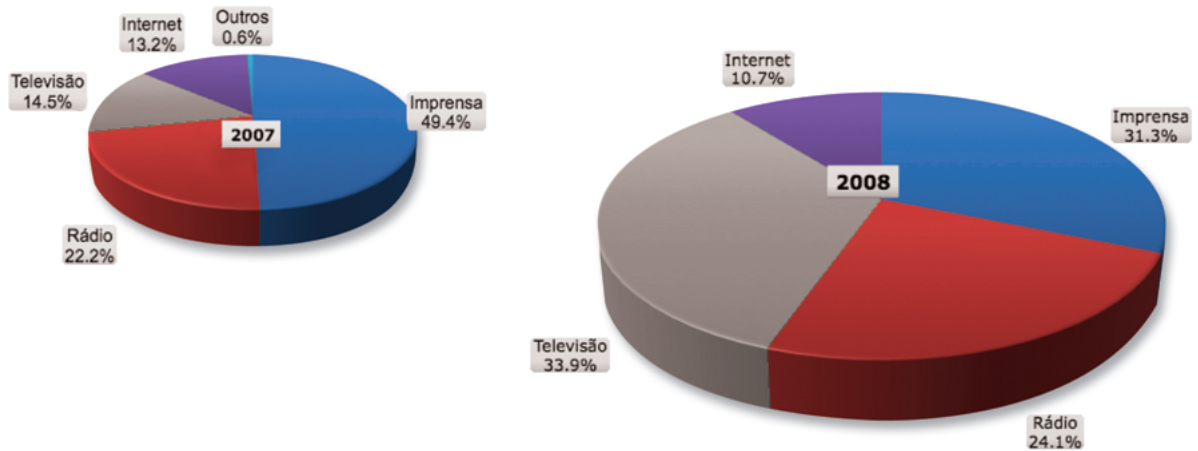
3.3 Tipologia dos suportes

Contrariamente ao apurado em 2007, a imprensa foi suplantada pela televisão como principal fonte de divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2008, representando cada um destes suportes cerca da terça parte do total.

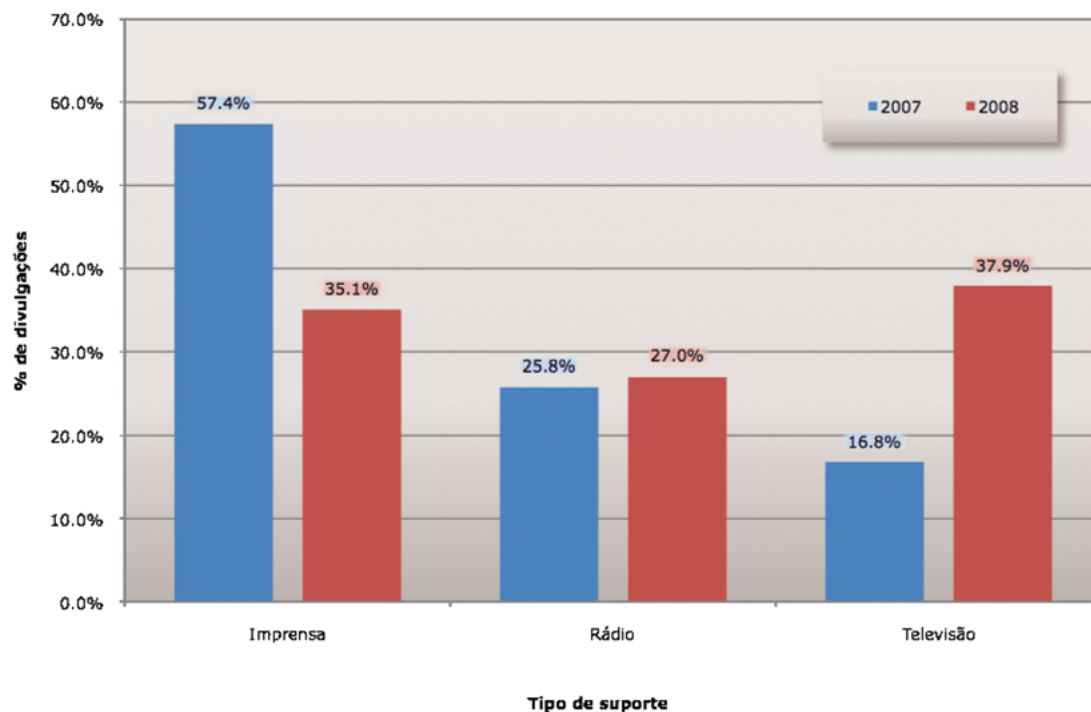
A redução da importância relativa de órgãos como o Diário de Notícias e da TSF, principalmente, mas também do Correio da Manhã, e o aumento substancial das divulgações recolhidas junto da SIC Notícias, RTPN, RTP1 e TVI, explicam esta inversão do posicionamento destes suportes.

Recorde-se que a redução das sondagens contratadas por aqueles dois primeiros órgãos (que representaram em 2007 cerca de 10% dos depósitos) resultou da finalização da sua parceria com a empresa Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal.

FIG. 25 Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

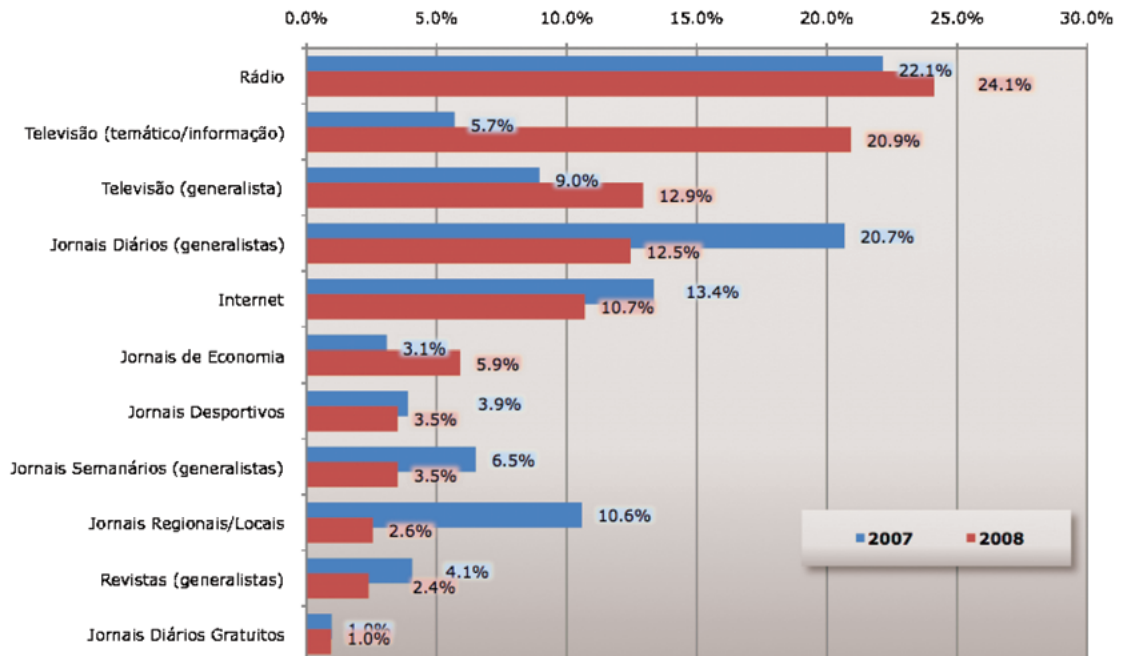
FIG. 26 Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2007 e 2008)

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas nos três suportes indicados N=559 (2008); N=535 (2007).

Isolando os três suportes tradicionais de comunicação social, resulta evidente o equilíbrio entre a imprensa e a televisão em 2008, com um ligeiro ascendente desta na divulgação de peças noticiosas sobre sondagens, contrastando fortemente com os indicadores apurados no ano de 2007, no qual os órgãos de imprensa representavam mais de metade do total de divulgações de estudos de opinião.

A rádio mantém-se, com um ligeiro crescimento relativo, o tipo de suporte que mais divulgou sondagens de opinião durante o ano de 2008, constatando-se que, em consonância com os dados apresentados anteriormente, o suporte televisivo apresenta índices de divulgação muito superiores ao observado em 2007.

No pólo oposto, a imprensa diária e não diária, de informação geral ou regionalista, apresentam, em 2008, níveis de divulgação de estudos de opinião significativamente inferiores aos apurados em 2007.

FIG. 27 Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2007 e 2008)*

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

* A tipologia utilizada procura distinguir o suporte, de acordo com o tipo de difusão, periodicidade e, quando relevante, o tipo de informação veiculado.

FIG. 28 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008)

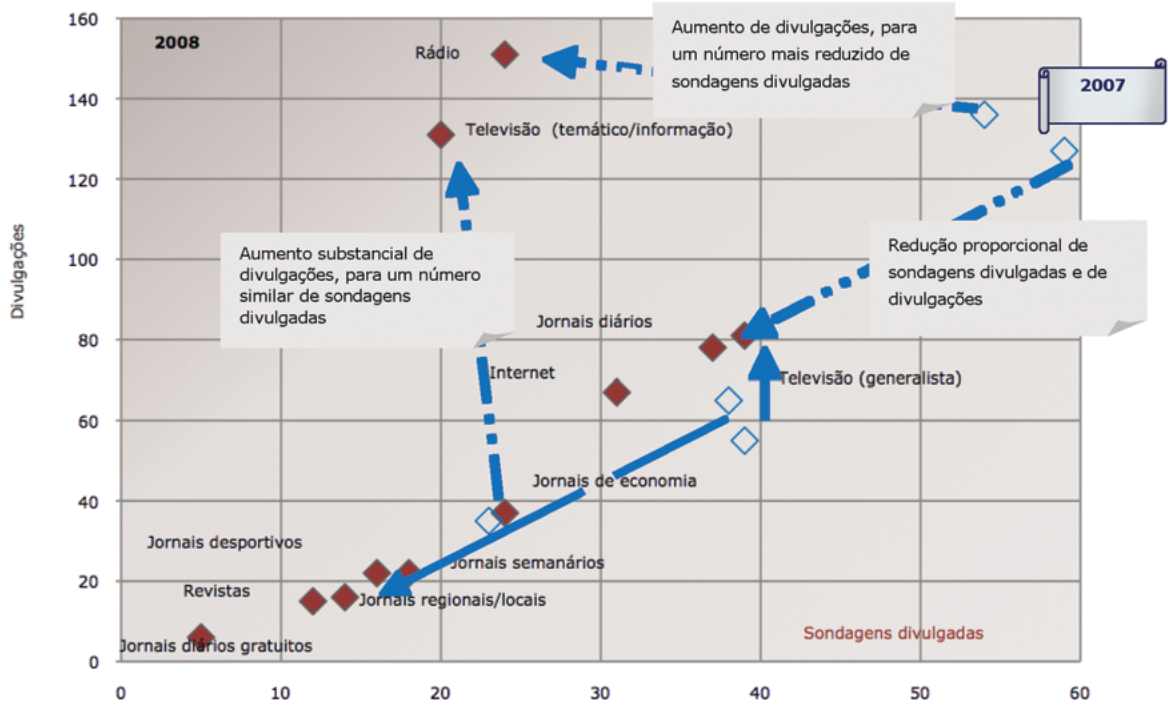
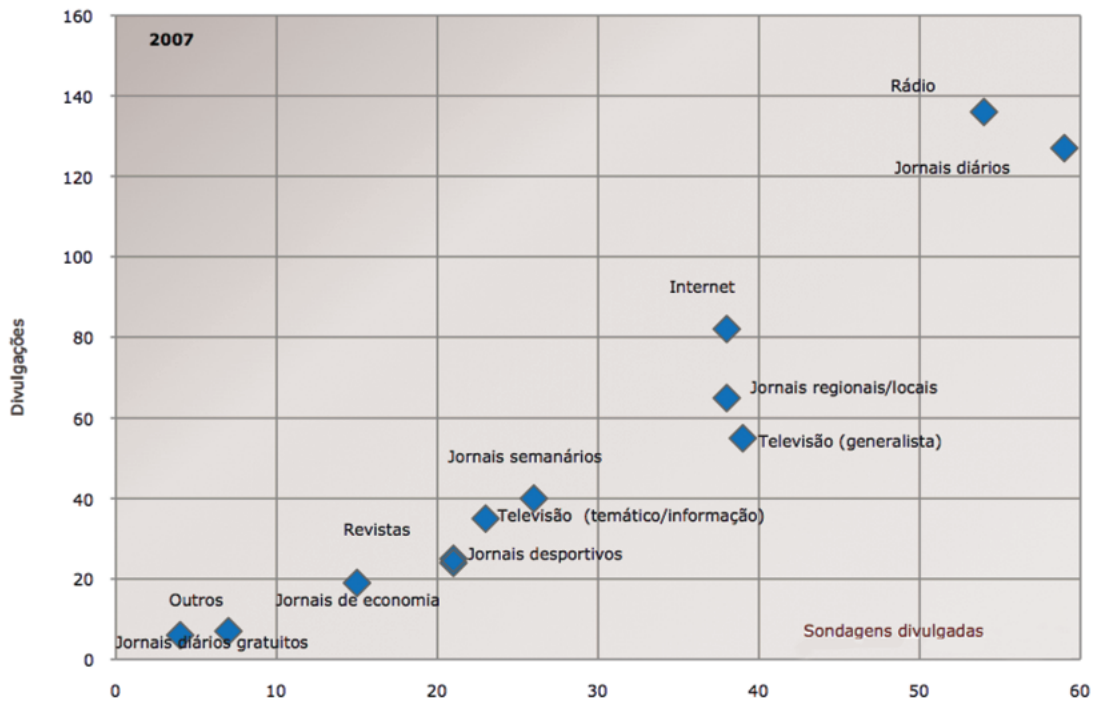


FIG. 29 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2007)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas N=626 (2008); N=621 (2007).

3.4 Órgãos de imprensa

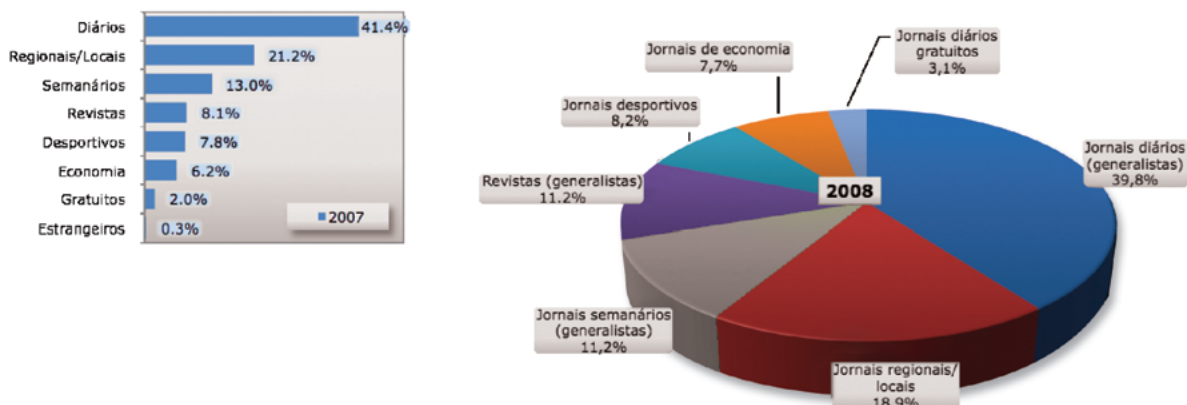
À semelhança do apurado no ano anterior, e não obstante as diferenças no *corpus* de peças noticiosas divulgadas, também em 2008 se observou um maior número de divulgações de sondagens nos jornais diários, ditos generalistas, com cerca de 40% das observações.

O escalonamento dos diversos tipos de órgãos de imprensa é, nesse sentido, em tudo semelhante ao apurado em 2007, com ligeiras variações percentuais não significativas.

As divulgações em jornais regionais/locais representaram, em 2008, pouco menos de 20% do total e os semanários apresentam 11% do total de divulgações recolhidas.

De relevar ainda, por via das parcerias entre órgãos noticiosos, o número de divulgações apresentadas pelos jornais desportivos, e particularmente pelo jornal Record²⁰, o qual procedeu à apresentação da totalidade das 22 divulgações apuradas neste segmento da imprensa.

FIG. 30 Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=196 (2008); N=307 (2007).

²⁰ O jornal Record pertence ao grupo Investec, conjuntamente com o Correio da Manhã, o Jornal de Negócios e a revista Sábado e procede, com grande regularidade, à publicação dos barómetros políticos realizados para aquele grupo, justificando-se assim parte do número de divulgações quantificado.

Das 196 divulgações apuradas em órgãos da imprensa durante o ano de 2008, ou seja, menos 36,2% do que o observado em 2007 (307), serão de relevar as realizadas pelo Correio da Manhã, Diário de Notícias, Record, Expresso e Jornal de Negócios, com percentagens de divulgação acima dos 10%²¹.

De relevar, contudo, o forte incremento das divulgações no Jornal de Negócios e Diário Económico e a redução substancial do número de peças noticiosas recolhidas no Correio da Manhã, Diário de Notícias e Expresso.

FIG. 31 Principais órgãos divulgadores na imprensa (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Correio da Manhã	34	17,3%	50	16,3%	-16
Diário de Notícias	26	13,3%	40	13,0%	-14
Record	22	11,2%	22	7,2%	0
Expresso	20	10,2%	31	10,1%	-11
Jornal de Negócios	20	10,2%	12	3,9%	8
Diário Económico	12	6,1%	5	1,6%	7
Jornal de Notícias	10	5,1%	10	3,3%	0
Visão	10	5,1%	7	2,3%	3
Público	8	4,1%	13	4,2%	-5
Semanário Económico	6	3,1%	1	0,3%	5
Outras divulgações	28	14,3%	116	37,8%	-88

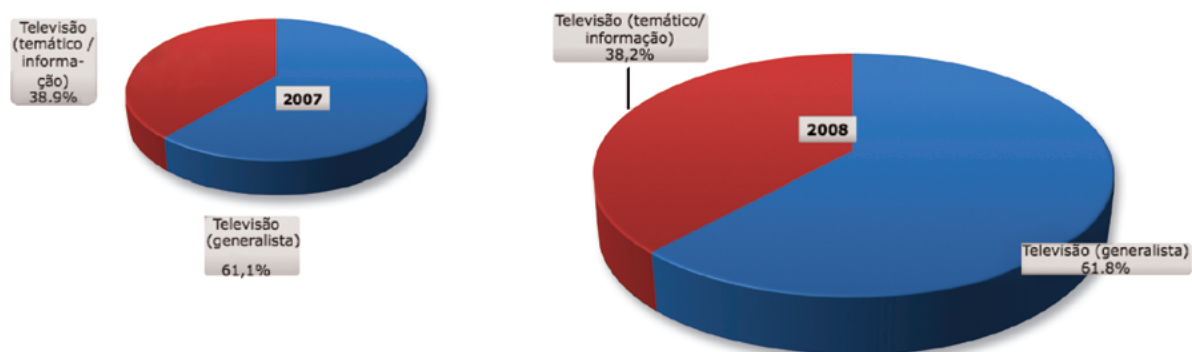
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de imprensa N=196 (2008); N=307 (2007).

3.5 Órgãos de televisão

No universo televisivo, o perfil de divulgações obtido entre órgãos temáticos e informativos, por um lado, e canais generalistas, por outro, nos anos de 2007 e de 2008, é praticamente idêntico, com variações percentuais de décimas.

A principal diferença ocorrida entre os dois anos reside no incremento de divulgações entre 2007 e 2008, da ordem dos 135%, correspondendo a um aumento de 122 peças noticiosas.

21 Será importante ter em consideração, nesta apreciação dos quadros sectoriais, que os totais apresentados podem não corresponder aos valores da figura 22, dado que um mesmo órgão de comunicação social pode apresentar divulgações no seu suporte habitual, mas também no seu portal da internet. Esta nota aplica-se tanto à imprensa, como à televisão e rádio.

FIG. 32 Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=212 (2008); N=90 (2007).

Refira-se, a título de exemplo, que determinadas sondagens, contratadas por parcerias de órgãos de comunicação social, chegam a obter um número de divulgações superior às três dezenas.

Para além de manter o lugar cimeiro nas divulgações recolhidas na televisão, o serviço de programa temático/informativo SIC Notícias destacou-se em 2008 por um incremento acentuado do número de peças noticiosas dedicadas às sondagens de opinião (+65 do que no ano anterior). De destacar ainda o aumento muito significativo do número de divulgações na generalidade dos restantes órgãos, com excepção da RTP2, sendo particularmente relevante o posicionamento da RTPN como órgão divulgador de sondagens.

FIG.33 Principais órgãos divulgadores na televisão (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
SIC Notícias	93	43,9%	28	31,1%	65
RTPN	38	17,9%	7	7,8%	31
RTP1	28	13,2%	17	18,9%	11
TVI	25	11,8%	13	14,4%	12
SIC	22	10,4%	17	18,9%	5
RTP2	6	2,8%	8	8,9%	-2

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de televisão N=212 (2008); N=90 (2007).

Do conjunto dos serviços de programas generalistas considerados, a SIC é aquele que menos atenção dedica às sondagens de opinião (22, representando 10,4% do total apurado). A RTP1 e TVI, por esta ordem, estão mais presentes, com, respectivamente, 13,2% e 11,8% do total de divulgações apuradas neste segmento da comunicação social.

3.6 Órgãos de rádio

A Rádio Renascença incrementou em mais do dobro o número de divulgações observadas em 2007, representando, em 2008, perto de 60% do total de divulgações recolhidas neste segmento da comunicação social (87).

Em contrapartida, a TSF, cuja parceria com a Marktest para a divulgação do seu barómetro político mensal cessou em 2008, apresenta uma redução de 35 divulgações entre 2007 e 2008. A RDP/Antena 1 foi, das restantes emissoras radiofónicas, a única que revelou algum crescimento na divulgação de sondagens entre estes dois anos, muito inferior, no entanto, ao observado para a Rádio Renascença, emissora que quase monopolizou o mercado.

FIG. 34 Principais órgãos divulgadores na rádio (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Rádio Renascença	87	57,6%	39	28,3%	48
RDP/Antena 1	22	14,6%	15	10,9%	7
RFM	21	13,9%	24	17,4%	-3
RCP	13	8,6%	17	12,3%	-4
TSF	6	4,0%	41	29,7%	-35
Rádio Comercial	2	1,3%	1	0,7%	1
Outra	0	0,0%	1	0,7%	-1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em órgãos de rádio N=151 (2008); N=138 (2007).

3.7 Internet

Na sequência do desenvolvido em 2007, a consistência da atenção concedida à generalidade das divulgações manteve-se em 2008, permitindo recolher um conjunto apreciável de divulgações de sondagens apresentadas em diversos portais da internet.

Também no ciberespaço as divulgações de sondagens acompanharam algumas alterações identificadas junto dos grandes órgãos de comunicação social e que, entretanto, foram já evidenciadas em páginas anteriores.

Convém recordar que, à semelhança do observado no ano de 2007, uma grande parte das notícias produzidas sobre sondagens de opinião em 2008 – aproximadamente 75% - foram produzidas nas versões online dos diversos órgãos de comunicação social, como se poderá constatar da leitura da figura junto. As restantes foram da responsabilidade de órgãos de notícias com difusão exclusiva no ciberespaço.

Num panorama geral de redução generalizada da atenção concedida às divulgações de sondagens de opinião e políticas, o portal da internet da Rádio Renascença, não obstante, reflectiu o enorme aumento de divulgações de sondagens realizado por este órgão de comunicação social, o qual foi devidamente relevado num ponto anterior deste relatório. Também o portal da SIC apresenta um aumento das peças noticiosas dedicadas às sondagens de opinião. Em contrapartida, o Diário Digital, órgão online que em 2007 foi responsável pelo maior número de divulgações recolhidas na internet (15), reduziu consideravelmente o número de estudos apresentados (-9).

FIG. 35 Principais órgãos divulgadores na internet (2007 E 2008)

	2008	%	2007	%	Dif. (08-07)
Rádio Renascença	14	20,9%	1	1,2%	13
Correio da Manhã	8	11,9%	6	7,3%	2
SIC	7	10,4%	1	1,2%	6
Diário Digital	6	9,0%	15	18,3%	-9
Agência Financeira	3	4,5%	6	7,3%	-3
Portugal Diário	3	4,5%	3	3,7%	0
RTP1	3	4,5%	5	6,1%	-2
Diário de Aveiro	2	3,0%	1	1,2%	1
Fábrica de Conteúdos	2	3,0%	3	3,7%	-1
Jornal da Madeira	2	3,0%	0	0,0%	2
Jornal de Notícias	2	3,0%	0	0,0%	2
Expresso	1	1,5%	3	3,7%	-2
Diário de Notícias	1	1,5%	3	3,7%	-2
TSF	0	0,0%	8	9,8%	-8
Observatório do Algarve	0	0,0%	5	6,1%	-5
Outras divulgações	13	19,4%	19	23,2%	-6

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de divulgações identificadas em portais da internet N=67 (2008); N=82 (2007).

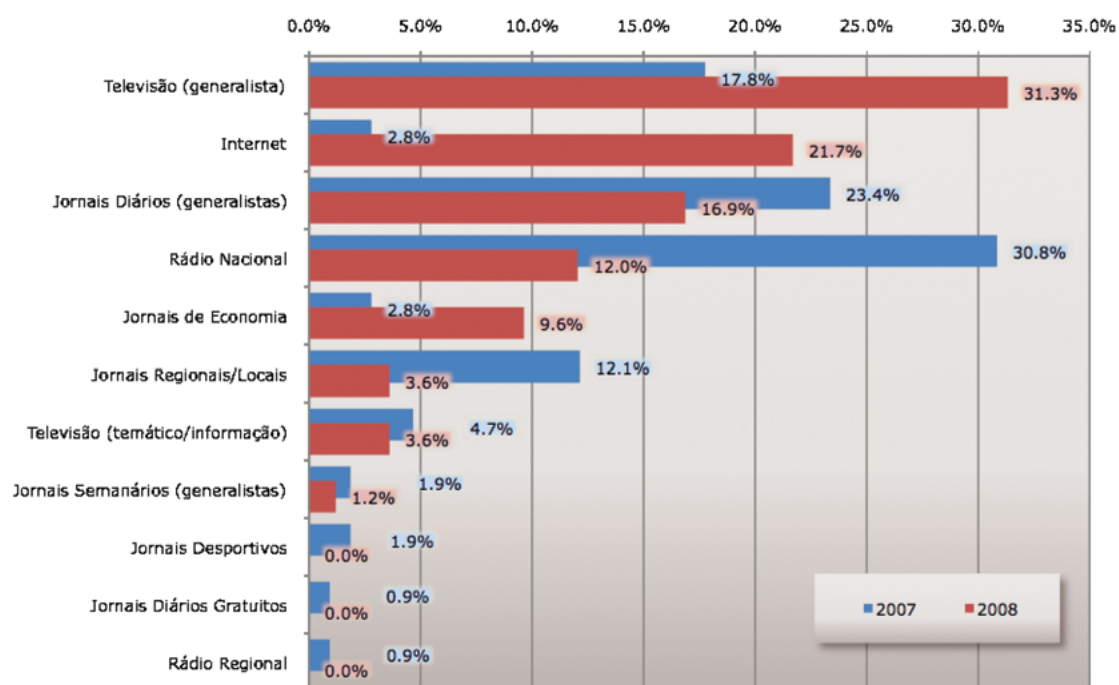
3.8 Primeiras divulgações

Uma análise mais atenta dos estudos de opinião apresentados nos órgãos de comunicação nacionais permite concluir que o perfil das primeiras divulgações ou difusões sofreu uma modificação substancial entre os anos de 2007 e de 2008.

Assim, os dados recolhidos evidenciam que, ao contrário do observado em 2007, em que a rádio se posicionava na posição cimeira, durante o ano de 2008, cerca de 35% das 83 sondagens divulgadas foram publicitadas pela primeira vez nas estações de televisão, representando os serviços de programas generalistas, e sobretudo a TVI, com cerca de 31% do total de divulgações.

Para além da redução substancial das primeiras divulgações observadas na rádio, um outro dado constitui elemento marcante na evolução operada entre 2007 e 2008 – o aumento das primeiras divulgações realizadas na internet, sobretudo através dos portais dos órgãos de comunicação social que contratam as sondagens apresentadas.

FIG. 36 Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)*



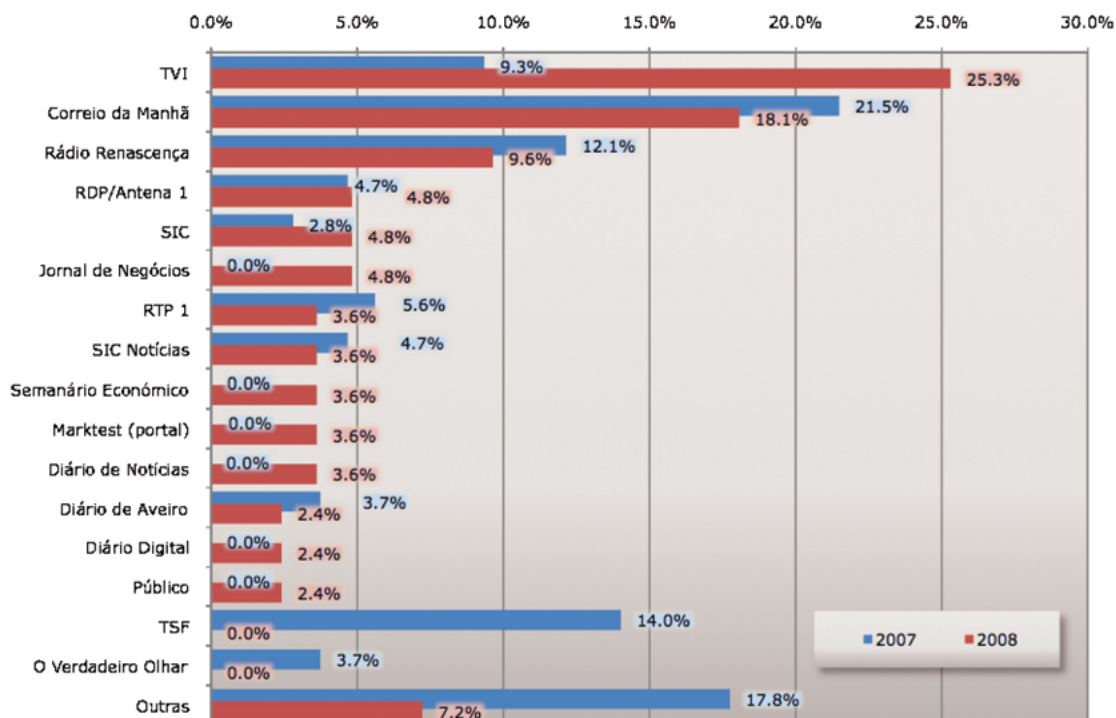
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

*Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os suportes que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e a hora em que tal ocorreu.

A inversão de posições entre a rádio e a televisão, de 2007 para 2008, encontra-se bem espelhada na figura 37, no qual se listam os órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações durante o ano de 2008. Não apenas a TVI vê aumentar a sua importância relativa no conjunto das primeiras divulgações de 9% para 25%, como a TSF, por outro lado, deixa de ser responsável, em

2008, por qualquer primeira divulgação de sondagem de opinião, ao contrário do que sucedeu em 2007, ano em que representava cerca de 14% do total.²²

FIG. 37 Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações e respectiva Percentagem (2007 e 2008)*



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

*Esta figura reflecte um critério de apreciação estritamente temporal, ou seja, consideraram-se os órgãos que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem.

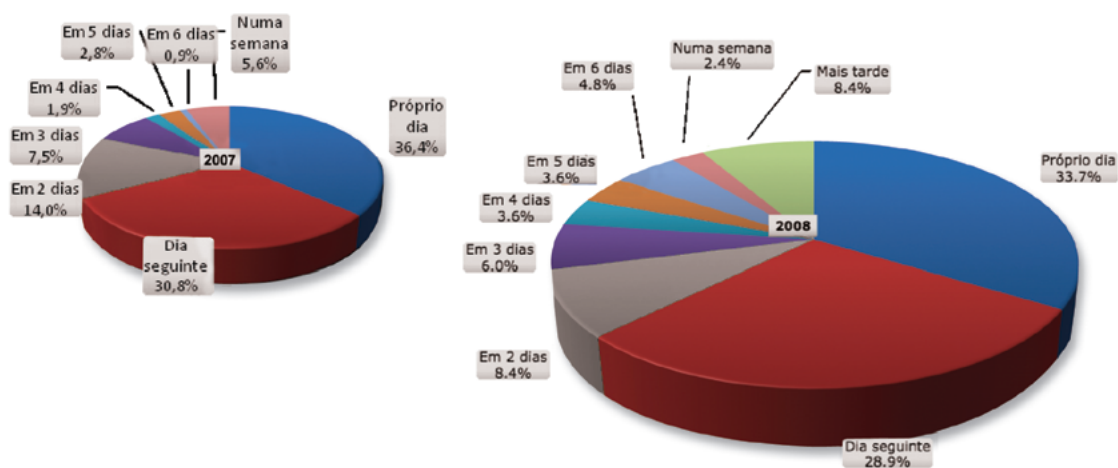
Não obstante o ano de 2008 ter vivido apenas um acto eleitoral, com fraca expressão em termos dos estudos de opinião que lhe foram consagrados, e, em consequência, ter sido depositada na ERC apenas uma sondagem "à boca da urna", constata-se que se manteve, em 2008, a percentagem elevada de sondagens divulgadas no próprio dia do seu depósito. Se, em 2007, o número de sondagens com aquelas características representavam 36,4% do total, tal percentagem manteve-se acima dos 30% em 2008 (33,7%).

22 Recorde-se que, em 2008, terminou a parceria entre a empresa Marktest e o Diário de Notícias e TSF para a divulgação do seu barómetro político mensal, muito embora esta empresa tenha mantido o seu depósito durante 2008, sob a designação de "estudo próprio".

Não obstante esta apreciação, o conjunto de dados apresentados leva-nos a concluir por um deslocamento no sentido do aumento genérico dos tempos decorridos entre o depósito do estudo junto da ERC e a sua divulgação, entre 2007 e 2008, podendo-se referenciar alguns estudos em que tal período temporal ultrapassou uma semana.

Por via deste indicador, foi possível determinar que, em 2008, o tempo decorrido, em média, entre a data do depósito das sondagens na Entidade Reguladora para a Comunicação Social e a data da sua primeira divulgação, ultrapassou os três dias, quando em 2007 se aproximava apenas do dia e meio (1,5).

FIG. 38 Momento da primeira divulgação das sondagens (2007 e 2008)

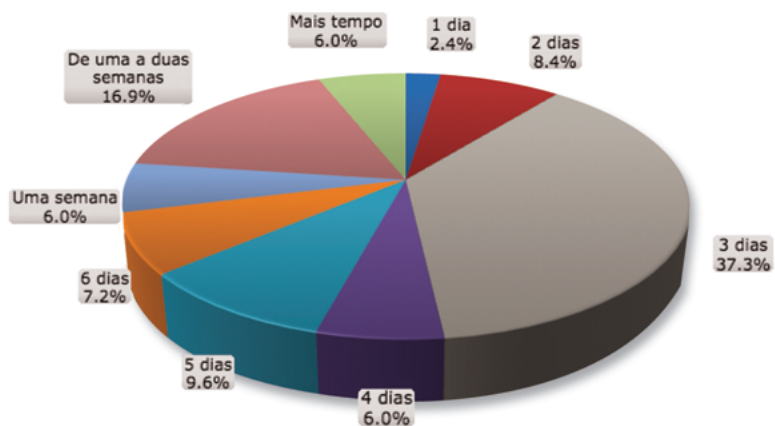


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008); N=107 (2007).

Será ainda interessante verificar que 77,1% dos estudos depositados em 2008, que foram objecto de divulgação, tiveram a sua primeira apresentação pública em órgãos de comunicação social uma semana depois de terminar o processo de recolha de informação junto das amostras seleccionadas, o que é um garante da actualidade dos resultados obtidos.

Num conjunto de resultados em que é relevante o facto de 48,1% dos estudos terem sido divulgados até três dias após a finalização da recolha de informação, será de realçar também o facto de 94% das divulgações terem ocorrido num período máximo de 15 dias após aquele momento.

FIG 39 Tempo decorrido entre a data de fim de campo* e a primeira divulgação das sondagens (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Total de sondagens divulgadas N=83 (2008).

* Data de fim de campo = data de finalização do trabalho de recolha da informação junto da amostra.

Acompanhamento Processual²³

Em consequência do aumento da disponibilidade interna para um acompanhamento mais premente de todos os aspectos envolventes da actividade da Unidade de Sondagens, o ano de 2008 foi substancialmente mais activo em termos de intervenção da ERC junto das empresas credenciadas e dos órgãos de comunicação social, não apenas em resultado de uma atenção redobrada dedicada à validação legal de depósitos e divulgações, bem como nas acções de sensibilização para o rigor e transparência que são devidos ao público consumidor.

Uma melhoria da sistematização do conjunto de procedimentos adstritos à Unidade de Sondagens, possibilitando o aprofundamento das acções desencadeadas, consubstanciou-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

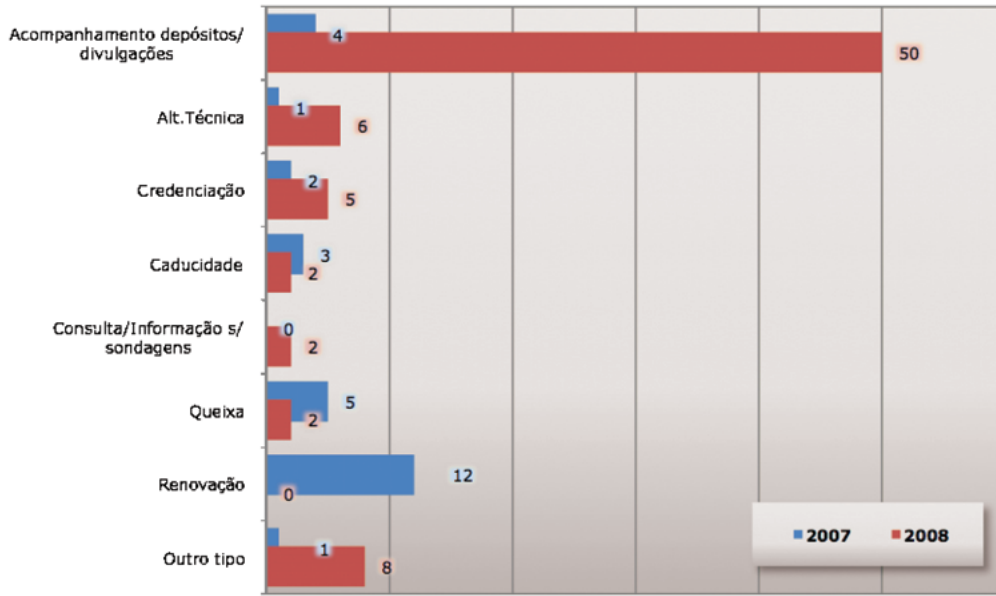
Não obstante, a intervenção da ERC manteve uma preocupação de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social, procurando empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

4.1 Número de procedimentos desencadeados e encerrados

A melhoria das condições genéricas de intervenção da Unidade de Sondagens, bem como a assumpção de uma política mais atenta às divulgações de estudos de opinião, justificou a abertura de 75 procedimentos de diversa índole, mais do que duplicando o volume de 2007 (28).

²³ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social durante o ano civil de 2008, em referência aos trâmites de aplicação da Lei n.º 10/2000, no que concerne ao depósito e divulgação de sondagens, bem como os relativos aos processos de acreditação das empresas.

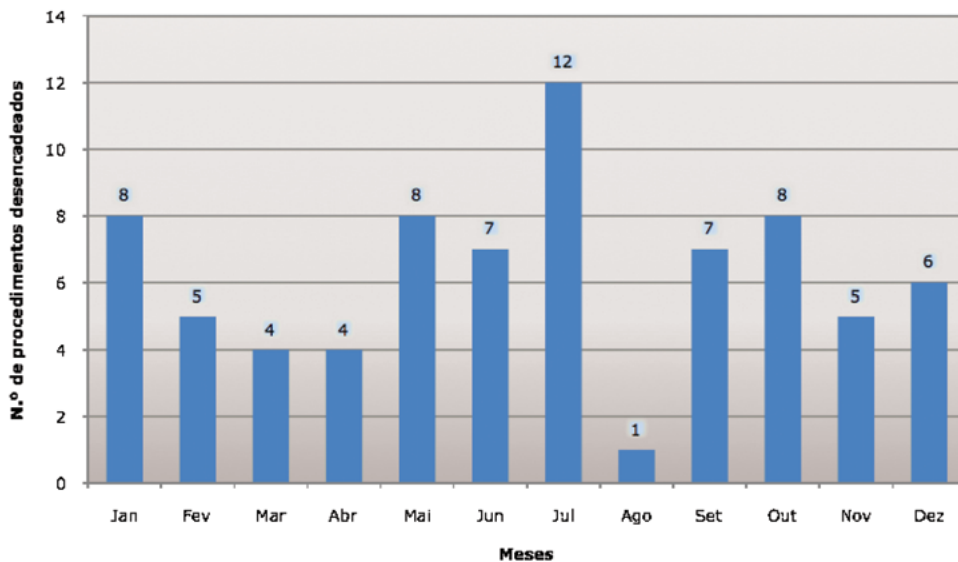
FIG.40 Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2007 e 2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados no âmbito das sondagens N=75 (2008); N=28 (2007).

Do conjunto de elementos apurados, será de relevar o aumento substancial do número de intervenções desencadeadas em 2008 por acompanhamento interno dos depósitos de sondagens e respectivas divulgações. No outro extremo, o grande número de renovações de credenciação de empresas de sondagens durante o ano de 2007, em resultado da aplicação das determinações da Lei das Sondagens nessa matéria, justificam a inexistência de processos deste tipo em 2008.

FIG. 41 Procedimentos desencadeados por mês (2008)

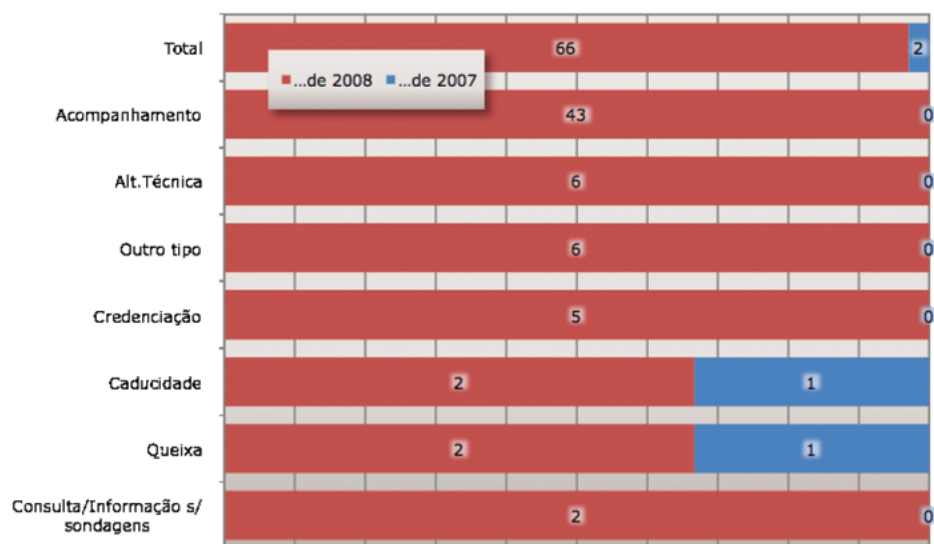


Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados no âmbito das sondagens N=75 (2008).

Foram encerrados durante o ano um total de 68 procedimentos, tendo 66 dos quais sido desencadeados durante o próprio ano (97,1%) e apenas dois (2,9%) transitado de 2007. Destes indicadores, retira-se que 88% do total de procedimentos desencadeados durante o ano de 2008 tiveram resolução no decorrer do próprio ano.

Dos restantes nove, dois são de desenvolvimento permanente, estando relacionados com a *Atualização dos dados das empresas credenciadas* e com o *Estudo conjunto do modelo de Ficha Técnica do Depósito*, e os sete remanescentes transitaram para 2009, tendo três deles tido resolução no primeiro trimestre deste ano.

FIG. 42 Processos encerrados no ano, segundo o tipo (2008)



Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados no âmbito das sondagens N=68 (2008).

FIG. 43 Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2008)

	Total	Arquivado administrativamente*	%	Arquivado c/deliberação	%
Acompanhamento	43	24	64,9%	19	61,3%
Alteração técnica	6	2	5,4%	4	12,9%
Outro tipo	6	5	13,5%	1	3,2%
Credenciação	5	1	2,7%	4	12,9%
Caducidade	3	1	2,7%	2	6,5%
Queixa	3	2	5,4%	1	3,2%
Consulta/informação s/sondagens	2	2	5,4%	0	0,0%
Total	68	37	54,4%	31	45,6%

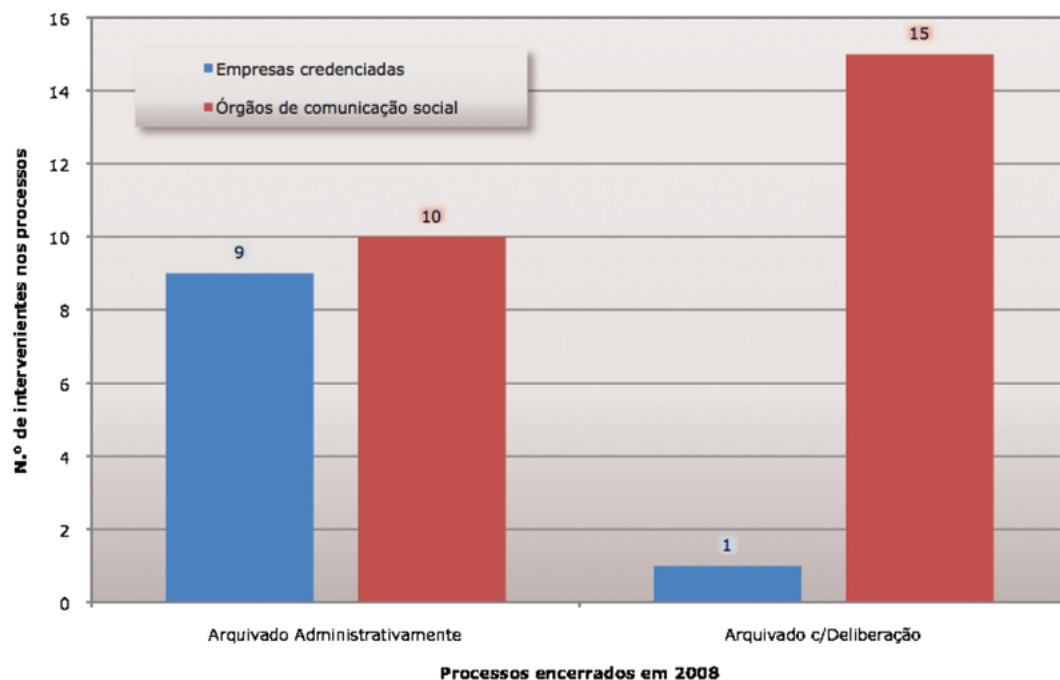
Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados no âmbito das sondagens N=68 (2008).

* O conceito de "arquivo administrativo", por contraposição à deliberação formal da ERC, significa que esta Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrados por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.

Do total de processos encerrados durante o ano de 2008 (68), 54,4% foram encerrados administrativamente, sem ser necessária a pronúncia do CREG através de uma deliberação formal.

No que concerne aos 43 processos relativos ao acompanhamento de depósitos e divulgações de sondagens, estiveram denunciadas, entre averiguação de incumprimentos, solicitação de esclarecimentos ou apreciação do âmbito dos estudos, um total de 28 entidades distintas, sendo nove delas empresas credenciadas²⁴ e as 19 restantes órgãos de comunicação social, repartindo-se a sua intervenção da forma que está presente na figura 44.

24 Convém alertar para o facto de que mais de metade das empresas credenciadas surgem referenciadas neste indicador na qualidade de produtoras de sondagens de opinião cuja apreciação do âmbito e respectiva conformidade com o Objecto da Lei das Sondagens (no seu artigo 1º) foi motivada pela fiscalização dos respectivos depósitos junto da ERC.

FIG. 44 Número de intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados por acompanhamento de depósitos e divulgações N=43 (2008).

4.2 Processos sobre sondagens arquivados administrativamente

Dos 68 processos encerrados durante o ano civil de 2008, 37 (54,4%) foram dados como finalizados após a ERC ter considerado como satisfeitas os trâmites desencadeados, bem como as conclusões finais dos mesmos, sem necessitar de uma pronúncia do CREG.

Relativamente ao acompanhamento interno das sondagens depositadas na ERC e das divulgações realizadas, tarefa quotidiana dos técnicos da Unidade de Sondagens, foram 24 os processos assim dados como encerrados, abarcando diversas situações, como se pode constatar da leitura da figura 43.

Divulgações sem o correspondente depósito e solicitação de esclarecimentos junto das empresas credenciadas sobre depósitos concretizados na ERC foram as situações mais frequentes.

FIG. 45 Descrição e número de processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Sondagens divulgadas e não depositadas na ERC	5
Pedidos de esclarecimento sobre sondagens depositadas	5
Sondagens depositadas fora do âmbito da Lei	4
Representatividade de sondagens depositadas na ERC	3
Incumprimentos na divulgação de sondagens	3
Determinação da conformidade legal de sondagens objecto de depósito	2
Pedido de parecer jurídico externo	1
Rectificação do depósito de uma sondagem	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados administrativamente N=37 (2008).

Outros processos encerrados em 2008, em número de 13, e que não justificaram uma deliberação do CREG, resultaram de pedidos de apreciação prévia da conformidade legal de dois estudos de opinião da comunicação à ERC de alterações do corpo técnico de duas empresas credenciadas, bem como de outras situações, como sejam duas queixas, a confirmação da caducidade de uma credenciação, a apreciação de um pedido de credenciação e uma reunião com um órgão divulgador relativamente à aplicação da Lei das Sondagens.

FIG. 46 Outros processos arquivados administrativamente (2008)

Apreciação prévia de estudos submetidos à ERC	2
Alteração do corpo técnico de empresas de sondagens	2
Apreciação da credenciação de entidades realizadoras de inquéritos	1
Solicitação de esclarecimentos por parte de empresas credenciadas	1
Reunião com um órgão divulgador, para esclarecimento do âmbito de aplicação da Lei das Sondagens	1
Denúncia sobre práticas de empresa de estudos de mercado	1
Queixa sobre alegadas incorrecções na divulgação de uma sondagem	1
Pedido de consulta aos depósitos de sondagens	1
Pedido de confirmação de um depósito de sondagem	1
Confirmação da caducidade de credenciação de uma empresa	1
Avaliação do pedido de credenciação de um instituto público	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos encerrados administrativamente N=37 (2008).

4.3 Principais ocorrências

Nos 43 processos encerrados durante o ano de 2008 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, foi detectado um total de 84 referências à Lei das Sondagens (entre apreciações e incumprimentos)²⁵.

No cômputo geral, 60,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com inconformidades em relação ao artigo 7º da Lei n.º 10/2000, no qual se estipulam as Regras de divulgação ou interpretação de sondagens.

²⁵ O número de referências à Lei das Sondagens é superior ao número de processos gerados, pelo facto de que cada processo pode ser motivado pela constatação de mais do que um incumprimento.

As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito (artigo 6º) registaram 15,5% do total apurado.

Finalmente, 9,5% das referências à Lei foram produzidas na apreciação do âmbito de adequação dos estudos de opinião realizados ao Objecto de aplicação do próprio normativo legal (artigo 1º).

Desdobrando esta informação em termos do resultado final das averiguações – arquivo administrativo ou deliberação do CREG -, conclui-se que estes últimos justificaram o seu nível de intervenção pelo grande volume de incumprimentos, principalmente os relativos às Regras de divulgação ou interpretação de sondagens (artigo 7º da Lei das Sondagens).

FIG. 47 Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total		Arquivado administrativamente	Arquivado c/ deliberação
<i>Total de incumprimentos</i>		84	%	34	50
Artigo 1º	Objecto de aplicação da Lei/Âmbito dos estudos	8	9,5%	8	0
Artigo 4º	Regras gerais sobre realização de sondagens	4	4,8%	4	0
Artigo 5º	Regulamentação do depósito das sondagens	5	6,0%	5	0
Artigo 6º	Ficha Técnica do depósito	13	15,5%	13	0
Artigo 7º	Regras da divulgação ou interpretação de sondagens	51	60,7%	4	47
Artigo 9º	Primeira divulgação de sondagem	1	1,2%	0	1
Artigo 14º	Dever de rectificação	2	2,4%	0	2

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados por acompanhamento de depósitos e divulgações, encerrados no âmbito das sondagens N=43 (2008).

Detalhando a informação anterior, e centrando a nossa atenção nos depósitos (artigo 6º - Ficha Técnica) e divulgações (artigo 7º - Regras a observar na divulgação ou interpretação de sondagens), serão de levar as inconformidades relativamente às seguintes alíneas, ordenadas de acordo com a frequência das ocorrências:

Artigo 6º:

- n.º 1, alínea f) Descrição do universo e sua quantificação
- n.º 1, alínea q) Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- n.º 1, alínea s) Margem de erro estatístico
- n.º 1, alínea t) Métodos e coeficientes máximos de ponderação
- n.º 1, alínea g) Amostra, sua distribuição geográfica e composição
- n.º 1, alínea m) Métodos de controlo da recolha de informação
- n.º 1, alínea n) Resultados brutos da sondagem
- n.º 1, alínea v) Responsável pelo preenchimento da Ficha Técnica

Artigo 7º:

- n.º 2, alínea g) Percentagem de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo
- n.º 1 Divulgação isenta, transparente e rigorosa
- n.º 2 Elementos de divulgação obrigatórios
- n.º 2, alínea e) Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição
- n.º 2, alínea h) Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais
- n.º 4 Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior
- n.º 2, alínea f) Taxa de resposta do estudo
- n.º 2, alínea d) Universo alvo da sondagem
- n.º 2, alínea n) Margem de erro estatístico máxima
- n.º 2, alínea i) Datas do processo de recolha de informação
- n.º 2, alínea j) Método de amostragem
- n.º 2, alínea l) Método de recolha de informação

FIG. 49 Detalhe dos principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)

Artigo da Lei n.º 10/2000	Descritivo	Total		Arquivado administrativamente	Arquivado c/ deliberação
<i>Total de incumprimentos</i>		84	%	34	50
Artigo 1º	Objecto de aplicação da Lei/Âmbito dos estudos	8	9,5%	8	0
Artigo 4º, n.º 2, alínea b)	Representatividade das amostras	3	3,6%	3	0
Artigo 4º, n.º 2, alínea c)	Interpretação dos resultados brutos	1	1,2%	1	0
Artigo 5º, n.º 1	Obrigatoriedade do depósito prévio (à divulgação)	5	6,0%	5	0
Artigo 6º	Ficha Técnica do depósito	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea f)	Descrição do universo e quantificação	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea g)	Amostra, sua distribuição geográfica e composição	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea m)	Métodos de controlo da recolha de informação	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea n)	Resultados brutos da sondagem	1	1,2%	1	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea q)	Método de redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea s)	Margem de erro estatístico	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea t)	Métodos e coeficientes máximos de ponderação	2	2,4%	2	0
Artigo 6º, n.º 1, alínea v)	Responsável pelo preenchimento da Ficha Técnica	1	1,2%	1	0
Artigo 7º, n.º 1	Divulgação isenta, transparente e rigorosa	7	8,3%	1	6
Artigo 7º, n.º 2	Elementos de divulgação obrigatórios	7	8,3%	1	6
Artigo 7º, n.º 2, alínea d)	Universo alvo da sondagem	2	2,4%	0	2
Artigo 7º, n.º 2, alínea e)	Dimensão da amostra, repartição geográfica e composição	7	8,3%	0	7
Artigo 7º, n.º 2, alínea f)	Taxa de resposta do estudo	3	3,6%	0	3
Artigo 7º, n.º 2, alínea g)	Percentagens de inquiridos que não sabem ou não querem responder ao estudo	8	9,5%	0	8
Artigo 7º, n.º 2, alínea h)	Redistribuição de indecisos em projecções eleitorais	6	7,1%	0	6
Artigo 7º, n.º 2, alínea i)	Datas do processo de recolha de informação	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea j)	Método de amostragem	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea l)	Método de recolha de informação	1	1,2%	0	1
Artigo 7º, n.º 2, alínea n)	Margem de erro estatístico máxima	2	2,4%	0	2
Artigo 7º, n.º 4	Elementos obrigatórios na referência a sondagens objecto de divulgação anterior	6	7,1%	2	4
Artigo 9º	Primeira divulgação de sondagem	1	1,2%	0	1
Artigo 14º, n.º 1	Dever de rectificação	1	1,2%	0	1
Artigo 14º, n.º 2, alínea a)	Dever de rectificação em órgão de imprensa	1	1,2%	0	1

Fonte: ERC (Base de dados dos depósitos de sondagens). Processos desencadeados por acompanhamento de depósitos e divulgações, encerrados no âmbito das sondagens N=43 (2008).

3. Conclusão

Projectos a desenvolver

Sendo 2009 um ano eminentemente eleitoral, com três escrutínios de importância relevante para o País – Eleição dos deputados ao Parlamento Europeu, em Junho, Eleição dos Órgãos das Autarquias, em Setembro/Outubro, e Eleição da Assembleia da República, em Outubro, a Unidade de Sondagens da ERC centrará certamente a sua atenção nos inúmeros depósitos de sondagens que se têm verificado desde o início do ano, e que se prevêem ocorrer até Outubro, bem como nas divulgações que ocorrem em momentos sensíveis da vida política do País, e que antecedem aqueles actos eleitorais.

Não obstante, estão projectados para o ano de 2009, e dado que o mesmo viverá o fim de uma Legislatura e o início de outra, algumas iniciativas que a ERC antevê de extremamente importantes para a sua missão na área das sondagens de opinião, e, particularmente, na sua relação com as empresas credenciadas e órgãos de comunicação social, no objectivo comum de alcançar patamares mais altos de uma efectiva co-regulação que garanta a qualidade metodológica dos estudos de opinião realizados, bem como, e mais importante ainda, o rigor e transparência que são devidos ao público consumidor.

Assim, o Plano de Actividades da ERC para 2009 prevê, na área das sondagens e inquéritos de opinião, o seguinte conjunto de acções:

- Análise das sondagens depositadas, suas metodologias, resultados apurados e respectiva conformidade legal, de acordo com os procedimentos desenvolvidos em 2008.
- Aprofundamento da recolha e análise das divulgações e difusões de sondagens e respectiva conformidade legal.
- Manutenção da actualização quotidiana da base de dados, nas suas diversas vertentes:
- Registo das características técnicas das sondagens depositadas;
- Análise da conformidade legal das sondagens depositadas, através da lista de verificação implementada em 2008;
- Registo das divulgações;
- Análise da conformidade legal das divulgações, através da lista de verificação implementada em 2008;

- Registo dos processos e fluxo de documentos;
- Actualização do ficheiro de empresas.
- Desenvolver e proceder ao registo informático de uma análise qualitativa das divulgações, na sequência das apreciações preliminares elaboradas em 2008.
- Elaboração de informações e pareceres, abertura de processos e demais diligências, no âmbito do acompanhamento a que a Entidade Reguladora está adstrita.
- Informação, abertura e demais diligências relativas a processos de renovação e de novas credenciações das empresas de sondagens.
- Finalização das diligências encetadas em 2008 no âmbito da redefinição do modelo de Ficha Técnica das sondagens, a depositar pelas empresas credenciadas nesta Entidade Reguladora.
- Conclusão de uma *Carta de Princípios sobre as Sondagens de Opinião*, de acordo com o estudo preliminar elaborado em 2007 e 2008.
- Lançamento do *Estudo de avaliação das sondagens de opinião*, de acordo com o caderno de encargos elaborado em 2008, e respeitando o estudo preliminar elaborado em 2007.
- Elaboração e entrega para apreciação dos deputados à Assembleia da República de um *Projecto de alteração da Lei das Sondagens*, a elaborar pelo Departamento Jurídico da ERC antes do final da presente Legislatura.
- Estudo das necessidades da actividade das sondagens de opinião em ano de eleições, promovendo a elaboração de Recomendações e Comunicados que reforcem a importância do cumprimento do quadro legal vigente.

Síntese conclusiva

Como foi reforçado ao longo deste Relatório da actividade da ERC na área das sondagens, o ano de 2008 evidenciou uma quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos, com repercussões ao nível dos depósitos verificados (menos 1/5 das sondagens depositadas em 2007).

Para além da redução do número de depósitos de sondagens, observou-se também uma redução do número de empresas que efectuaram depósitos de sondagens junto desta Entidade Reguladora.

Se, em 2007, os depósitos conjuntos das três empresas mais representativas significaram cerca de 61% do total, em 2008, essa percentagem subiu para os 66%. Estes dados apontam para uma tendência de concentração deste tipo de estudos num número cada vez mais reduzido de empresas.

Concomitantemente, a percentagem de sondagens divulgadas foi menor do que em 2007, o que, não obstante, não invalidou que o número de peças noticiosas recuperadas em 2008 tenha sido ligeiramente superior ao do ano anterior.

Assim, concluiu-se que foram divulgadas, em 2008, 83 das 102 sondagens depositadas, difundidas em 48 órgãos de comunicação social nacionais representando estes menos 18 do que o total apurado em 2007 (66).

A alocação pela ERC de mais recursos humanos afectos à área das sondagens possibilitou um aprofundamento da vertente do trabalho regulador nesta área, incrementando-se a acção de fiscalização das divulgações recuperadas.

Relativamente às temáticas abordadas nas sondagens em 2008, a manutenção dos barómetros políticos regulares que abordam a imagem das principais instituições políticas do País e seus representantes, bem como os líderes partidários, reflectem-se na maior incidência destes temas em relação a outros, eventualmente mais focalizados em aspectos concretos do foro político e social.

Foram assinalados um total de 161 temas diferentes nas sondagens depositadas durante o ano de 2008²⁶ (mais 52 do que o que foi apurado em 2007²⁷), que representaram um total de 581 referências distintas no conjunto das 102 sondagens depositadas, sendo particularmente evidentes as recolhidas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores em eleições legislativas, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, Primeiro-Ministro, Governo, Ministros e Líderes Partidários.

Assim, mais de 50% das sondagens depositadas em 2008 incidem sobre as temáticas relativas à Imagem dos Líderes Partidários, Voto Legislativo e Imagem do Presidente da República, sendo superior a 25% as sondagens que abordam temas relativos à Imagem do Primeiro-Ministro, Imagem do Governo e Imagem dos Ministros do Governo.

Melhorias concretizadas na base de dados disponível para o registo e análise da conformidade legal das sondagens depositadas e dos estudos divulgados permitiram aos técnicos da Unidade de Sondagens da ERC concretizar um aprofundamento das acções de fiscalização desencadeadas, consubstanciando-se num número superior de processos de averiguações e, concomitantemente, de deliberações geradas pelo CREG.

Nos 43 processos encerrados durante o ano de 2008 gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, 60,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com incumprimentos de Regras de divulgação ou interpretação de sondagens²⁸. Por sua vez, as ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito registaram 15,5% do total apurado²⁹.

26 Consideram-se apenas as sondagens depositadas que estão no âmbito da Lei das Sondagens.

27 Assinala-se que o processo de registo dos temas das sondagens iniciou-se precisamente em meados de 2007, após algumas benfeitorias introduzidas na base de dados então existente. No entanto, todos os estudos depositados durante esse ano foram avaliados com base na mesma grelha temática, numa fase subsequente.

28 Artigo 7º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

29 Artigo 6º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

Mantendo uma postura de acompanhamento pedagógico dos estudos depositados pelas empresas e divulgados em órgãos de comunicação social nacionais, a ERC procurou empreender uma acção mais dissuasora do que repressiva, com objectivos precisos de promoção de uma co-regulação efectiva.

As acções desencadeadas para o desenho e implementação de um novo modelo de Ficha Técnica de depósito de sondagens, garantindo as exigências de rigor e transparência, e, ao mesmo tempo, ajustando-se mais fielmente às necessidades das empresas credenciadas, são suficientemente reveladoras dessa postura, do mesmo modo que o foram as reuniões com alguns órgãos de comunicação social, apreciando as dificuldades da Lei actual e equacionando as soluções que, no garante das exigências legais, reforçam o rigor e transparência que são devidas ao público consumidor.

Em paralelo, o facto de a ERC ter encetado um estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um Projecto de Alteração da Lei n.º 10/2000, é sintomático da preocupação com o trabalho desenvolvido pelas empresas credenciadas, bem como pela intervenção dos órgãos de comunicação social ao nível da divulgação dos estudos, na busca de modelos alternativos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, mantendo o espírito de rigor e transparência que lhes são exigíveis.

Anexo I - Glossário

<p>Âmbito geográfico das amostras</p>	<p>Consideram-se de âmbito Nacional as sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas;</p> <p>Continente, as sondagens realizadas em Portugal continental;</p> <p>Regional, as sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores);</p> <p>Local, as sondagens de âmbito concelhio;</p> <p>Lisboa e Porto, as sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto;</p> <p>Lista, as sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.</p>
<p>Depósito de sondagem</p>	<p>Sondagem que é enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.</p>
<p>Divulgações identificadas</p>	<p>Peça noticiosa da imprensa, rádio e televisão que consubstancia a divulgação de determinada sondagem, previamente depositada na ERC.</p>
<p>Grupos temáticos das sondagens depositadas</p>	<p>Temas Sociais – conjunto de referências relacionadas com assuntos de integração social das populações e de participação na comunidade, como sejam, entre outros, a educação, o desemprego, os temas de saúde, os temas relativos à habitação e os problemas de segurança;</p> <p>Temas de Economia – conjunto de referências relacionadas com assuntos eminentemente económicos ou relacionados com a economia, como sejam, entre outros, as crises nacionais e internacionais, o custo de vida, as despesas dos portugueses e a confiança nas instituições financeiras/bancárias;</p> <p>Temas Políticos – conjunto de referências relacionadas com assuntos do foro eleitoral e político, como sejam, entre outros, a imagem das instituições políticas e judiciais, as candidaturas eleitorais nacionais, locais e partidárias e a intenção e projecção de resultados eleitorais.</p>

<p>Métodos de recolha de informação</p>	<p>Telefónico - método de recolha por telefone ou telemóvel;</p> <p>Painel Telefónico - método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente seleccionado e de inquirição regular;</p> <p>Boca da Urna - método de recolha realizado em dia de acto eleitoral, com replicação do voto em urna selada;</p> <p>Pessoal - sondagens realizadas por entrevista directa e pessoal;</p> <p>Urna - método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de acto eleitoral;</p> <p>Postal - estudos com entrega e recepção dos questionários por via postal;</p> <p>Email - estudos com selecção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio electrónico;</p> <p>Internet - estudos realizados online através do acesso a um portal localizado na internet.</p>
<p>Métodos de selecção das amostras</p>	<p>Denomina-se Aleatório ao método de selecção em que cada membro do universo (ou sub universo) tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe. Denomina-se por Quotas ao método de selecção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas. O método Misto representa todo o tipo de estudos em que a selecção das amostras se encontra desdobrada em duas fases, através de uma selecção aleatória das unidades de selecção principais, numa primeira fase, e a selecção por quotas dos indivíduos a entrevistar, numa segunda fase (por ex. numa selecção aleatória dos números de telefone dos lares e selecção por quotas do indivíduo a entrevistar dentro do lar).</p> <p>Conveniência é todo o tipo de métodos de selecção das amostras que assentam fundamentalmente na selecção por facilidade de acesso ou de contacto a determinados membros de uma população ou grupo.</p>
<p>Primeiras divulgações</p>	<p>Critério de apreciação estritamente temporal. Consideram-se os suportes ou órgãos de comunicação social que procederam à primeira publicitação de determinada sondagem, sendo a triagem efectuada com base na data e a hora em que tal ocorreu.</p>

Processo arquivado administrativamente	A Entidade Reguladora deu por satisfeitas as averiguações e os trâmites desencadeados, tendo sido, como tal, encerrado por despacho do vogal do CREG que tem a seu cargo a supervisão da Unidade de Sondagens.
Processo arquivado com deliberação	Processo de averiguações que resultou numa pronúncia formal do CREG.
Sondagem divulgada	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objecto de divulgação pública, através de órgãos de comunicação social nacional.
Tipo de suporte	<p>Imprensa – órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local;</p> <p>Rádio – órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais;</p> <p>Televisão – serviços de programas, generalistas ou temáticos;</p> <p>Internet – portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet;</p> <p>Outros – agência noticiosa, órgãos partidários e universitários.</p>

Índice de ilustrações:

FIG. 1 Empresas credenciadas pela ERC, em 31 de Dezembro de 2008	272
FIG.2 Número de sondagens depositadas mensalmente durante o ano de 2008	273
FIG. 3 Número de sondagens depositadas mensalmente durante os anos de 2007 e de 2008.....	274
FIG. 4 Número de sondagens depositadas nos anos de 2007 e 2008, por empresa	275
FIG. 5 Principais clientes das sondagens depositadas na ERC, e número de estudos contemplados (2007 e 2008).....	276
FIG.6 Principais temas abordados pelas sondagens depositadas durante os anos de 2008 e de 2007, ordenados de acordo com o número de sondagens contempladas (2007 e 2008)	278
FIG. 7 Número de temas apurados nas sondagens de 2007 e 2008, por grandes grupos	279
FIG. 8 Número total de referências temáticas produzidas em 2007 e 2008, por grandes grupos	280
FIG. 9 Número de sondagens depositadas, por tipo de eleição estudada (2007 e 2008)	280
FIG. 10 Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2007 e 2008)	281
FIG. 11 Número de sondagens depositadas, por método de selecção das amostras (2007 e 2008)	282
FIG. 12 Número de sondagens depositadas, por âmbito geográfico das amostras (2007 e 2008)	283
FIG. 13 Número de sondagens depositadas, segundo os escalões de dimensão das amostras (2007 e 2008)	284
FIG. 14 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão das amostras (2007 e 2008)	285
FIG. 15 Percentagem de sondagens, por escalão de dimensão dos períodos de recolha de informação	286
(2007 e 2008)	286
FIG. 16 Número de sondagens divulgadas (2007 e 2008).....	287
FIG. 17 Sondagens depositadas e sondagens divulgadas, por mês (2008)	288

FIG. 18 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por mês (2008)	289
FIG. 19 Sondagens divulgadas, número de divulgações identificadas e valor médio, por trimestre do ano (2008)	289
FIG. 20 Sondagens depositadas por cada empresa, sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas (2008).....	290
FIG. 21 Número médio de peças noticiosas por sondagem divulgada, por empresa credenciada (2008)	290
FIG. 22 Número de sondagens divulgadas pelos principais órgãos de comunicação social, e número de divulgações identificadas em cada órgão (2008)*	291
FIG. 23 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de sondagens depositadas (2007 e 2008)	292
FIG. 24 Importância relativa dos principais órgãos divulgadores, em número de divulgações (2007 e 2008)	293
FIG. 25 Número de divulgações identificadas, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)	294
FIG. 26 Importância relativa dos média tradicionais, em termos de divulgações identificadas (2007 e 2008).....	295
FIG. 27 Percentagem de divulgações, segundo o tipo de órgão de comunicação social (2007 e 2008).....	296
FIG. 28 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2008).....	297
FIG. 29 Sondagens divulgadas e número de divulgações, de acordo com o tipo de órgão de comunicação social (2007).....	297
FIG. 30 Número de divulgações na imprensa, segundo o subtipo de suporte (2007 e 2008)	298
FIG. 31 Principais órgãos divulgadores na imprensa (2007 E 2008)	299
FIG. 32 Número de divulgações na televisão, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)	300
FIG.33 Principais órgãos divulgadores na televisão (2007 E 2008).....	300
FIG. 34 Principais órgãos divulgadores na rádio (2007 E 2008)	301
FIG. 35 Principais órgãos divulgadores na internet (2007 E 2008)	302

FIG. 36 Primeiras divulgações, segundo o tipo de suporte (2007 e 2008)	303
FIG. 37 Órgãos de comunicação social que procederam a primeiras divulgações e respectiva Percentagem (2007 e 2008).....	304
FIG. 38 Momento da primeira divulgação das sondagens (2007 e 2008).....	305
FIG 39 Tempo decorrido entre a data de fim de campo* e a primeira divulgação das sondagens (2008).....	306
FIG.40 Acompanhamento processual – processos desencadeados, segundo o tipo (2007 e 2008)	308
FIG. 41 Procedimentos desencadeados por mês (2008)	308
FIG. 42 Processos encerrados no ano, segundo o tipo (2008)	309
FIG. 43 Processos encerrados no ano, segundo o tipo e resolução final (2008).....	310
FIG. 44 Número de intervenientes dos processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)	311
FIG. 45 Descrição e número de processos gerados no acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)	312
FIG. 46 Outros processos arquivados administrativamente (2008).....	313
FIG. 47 Principais incumprimentos nos processos relativos ao acompanhamento dos depósitos e divulgações (2008)	314



SUMÁRIO EXECUTIVO

TÍTULO I - INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

TÍTULO II - ANÁLISE ECONÓMICA DO SECTOR

TÍTULO III - OS MEIOS

VOLUME I

TELEVISÃO

- DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA
- PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE
- ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO
- INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO
- NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS
- PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS:
- ANÁLISE DAS GRELHAS DE PROGRAMAS - RTP1, RTP2, RTPN, SIC E TVI
- ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA - RTP1, SIC E TVI

VOLUME II

RADIODIFUSÃO SONORA

- ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO
- DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA
- QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA
- RENOVAÇÃO DOS TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA
- ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS NO ANO DE 2008
- SERVIÇO DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE RADIODIFUSÃO: INFORMAÇÃO DIÁRIA
- SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO: GRELHAS DE PROGRAMAS

VOLUME III

IMPRENSA

- VERIFICAÇÃO DO CUMPRIMENTO DOS REQUISITOS DO ART.º 15º DA LEI DA IMPRENSA:
- FICHA TÉCNICA DAS PUBLICAÇÕES
- IMPRENSA DE CAPITALS MAIORITARIAMENTE PÚBLICOS

SONDAGENS