

I. Sumário Executivo

1. Os Estatutos da ERC (art. 24.º, n.º 2, al. d)) determinam que compete ao Conselho Regulador, no exercício das suas funções de definição e condução de actividades da ERC, “elaborar 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**”. Entre os objectivos da regulação a cargo da ERC, tal como enunciados no artigo 7.º dos seus Estatutos, avultam a salvaguarda do pluralismo na comunicação social e a protecção dos destinatários dos serviços de conteúdos, enquanto pessoas, cidadãos e consumidores.
2. Como princípio orientador dos objectivos de regulação e das atribuições fixadas nos artigos 7.º e 8.º, destaca-se, no vasto elenco de **competências de regulação e supervisão cometidas ao Conselho Regulador**, a verificação do cumprimento, por parte dos **operadores de televisão**, “dos fins genéricos e específicos” da actividade televisiva, “bem como das obrigações fixadas nas respectivas licenças ou autorizações”: art.º 24.º, n.º 3, al. i), dos Estatutos da ERC. A par dela, incumbe igualmente ao Conselho Regulador “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais” (art.º 24.º, n.º 3, al. a)).
3. Idênticas funções, com as necessárias adaptações, encontram-se consagradas relativamente à **actividade de radiodifusão**, cabendo à ERC assegurar a prossecução, por parte dos operadores, dos fins consagrados no artigo 9.º da Lei da Rádio, mediante a verificação do respeito pelo projecto aprovado e cumprimento das obrigações que impendem sobre os operadores, designadamente a inclusão na programação musical de uma quota mínima preenchida com música portuguesa. À semelhança do verificado para a televisão, também na rádio se incumbe o operador de serviço público de assegurar “uma programação de referência, inovadora e com elevados padrões de qualidade”, garantindo a emissão de uma percentagem mínima de 60% de música portuguesa.
4. Algo de semelhante se verifica relativamente ao sector das **publicações periódicas**, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita, do enunciado do artigo 3.º da Lei de Imprensa (Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro). Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista reflectem a existência de outros valores relevantes.
5. Em concretização do preceito constitucional (art. 38.º CRP), os Estatutos da ERC desenvolvem as competências do Conselho Regulador, sendo de destacar, em matéria de **direito de resposta e de rectificação**, as previstas no artigo 8.º, alínea f), artigo 24.º, n.º 3, alínea j), artigo 59.º e artigo 72.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, em conjugação com os artigos 2.º, n.º 2, alínea c) e 24.º a 27.º da Lei de Imprensa, aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro, na versão dada pela Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho.
6. Constitui também competência da ERC, de acordo com o artigo 24.º, al. z), dos seus Estatutos, “zelar pelo rigor e isenção das **sondagens e inquéritos de opinião**”. Por seu turno, a Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho (Lei das Sondagens), define as atribuições e competências cometidas à ERC nessa matéria, as quais abrangem a credenciação das empresas que realizam sondagens e inquéritos de opinião nos termos previstos na Lei das Sondagens, os depósitos, o modelo de ficha técnica, a publicação e divulgação e a apreciação de queixas relativas a sondagens ou inquéritos de opinião publicamente divulgados que invoquem eventuais violações do disposto na Lei.
7. O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006 e prosseguido em 2007 e 2008.
8. Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e respondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos sectores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados no três volumes que integram o Relatório de Regulação 2009**.

A ERC EM 2009 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

9. No ano de 2009, verificou-se um **acréscimo de 35,9% no número de deliberações** aprovadas pelo Conselho Regulador. O número mais significativo refere-se à **Rádio** e incide sobre processos relativos a **renovação de licenças** para o exercício da actividade de radiodifusão sonora.

São os seguintes os números mais relevantes sobre a actividade da ERC em 2009:

- 69 Reuniões do Conselho Regulador (57 reuniões em 2008).
- 465 Deliberações (mais 35,96% que em 2008), relativas a:
 - 187 Licenças de serviços de programas radiofónicos e televisivos (mais 183,33% que em 2008).
 - 82 Direito de resposta e de rectificação (menos 21,16% que em 2008).
 - 79 Conteúdos (mais 75,56% que em 2008).
 - 39 Autorizações (mais 14,71% que em 2008).
 - 16 Sondagens.
 - 14 Publicidade.
 - 12 Outros assuntos, tais como infracção de regras relativas ao anúncio da programação televisiva.
 - 10 Pluralismo.
 - 10 Registos.
 - 6 Direitos dos jornalistas.
 - 4 Decisões sobre processos contra-ordenacionais.
 - 2 Pedidos de parecer.
 - 2 Directivas (como em 2008).
 - 2 Concentração da propriedade dos órgãos de de comunicação social (OCS).

E ainda:

- 5 Audições parlamentares do Conselho Regulador.
- 4 Reuniões do Conselho Consultivo.
- 49 Processos contra-ordenacionais.
- 3 Impugnações judiciais de taxas da ERC.
- 1.544.688,00 Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão.
- 195.403,37 Euros investidos em sistemas de informação.

Outros dados em 2009:

- 9697 Entradas (mais 11,68% que em 2008).
- 72 Recursos humanos (número total em 2009).
- 202.496,00 Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).
- 6.000,00 Euros atribuídos para apoio a conferências e colóquios.
- 6 Livros publicados: Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local* | Relatório do *Pluralismo Político-partidário no Serviço Público de Televisão em 2008* | *Relatório de Regulação 2008* | *Relatório de Actividades e Contas 2008* | Estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI* | Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar* | Estudo *Imigração e diversidade étnica, linguística, religiosa e cultural na imprensa e televisão: 2008*.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas

10. A Directiva 1/2009, de 1 de Julho, sobre Publicidade em Publicações Periódicas, abrange as publicações periódicas portuguesas, doutrinárias e informativas, de informação geral e especializada, de âmbito nacional, regional e destinadas às comunidades portuguesas no estrangeiro, assim como as publicações estrangeiras editadas em Portugal.

11. O projecto de Directiva foi submetido a consulta pública, tendo sido recebidos vários contributos relevantes que vieram a ser incorporados na versão final do documento.

12. Para além da definição do objecto e do âmbito, e da clarificação do *Princípio da identificabilidade e da separação*, a Directiva define conceitos, estabelece princípios e regras a observar relativamente às diferentes tipologias de publicidade. São abrangidos a *Publicidade redigida*, a *Publireportagem*, o *Patrocínio* e outras formas de colaboração ou de apoio, a *Informação comercial*, as *Capas falsas*, as *Autopromoções/Marketing*, os *Suplementos editoriais* e os *Suplementos comerciais*.

Directiva 2/2009, de 29 de Julho, sobre Participação de Candidatos a Eleições em Debates, Entrevistas, Comentários e Outros Espaços de Opinião

13. A Directiva 2/2009 procurou responder, de forma estruturada e coerente, a queixas e pedidos de informação dirigidos à ERC sobre a **participação de candidatos aos actos eleitorais de 2009** (eleições para o Parlamento Europeu, para as Autarquias Locais e para a Assembleia da República) em programas e/ou espaços de opinião na imprensa, rádio e televisão.

14. A Directiva 2/2009 preconiza a observância do **princípio constitucional e legal da igualdade de oportunidades de acção e propaganda das candidaturas** ao longo das campanhas eleitorais, durante todos os períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha, seja na de campanha eleitoral propriamente dita, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais, não sendo invocáveis critérios que procurem justificar a presença, nos programas ou espaços em questão, de uma ou mais candidaturas, em detrimento de outras.

Plano Plurianual que Define o Conjunto de Obrigações que Permitam o Acompanhamento das Emissões por Pessoas com Necessidades Especiais

15. O Conselho Regulador aprovou, em 28 de Abril de 2009, o “**Plano plurianual que define o conjunto de obrigações que permitam o acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais**”.

16. São **destinatários destas obrigações** os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre e os temáticos informativos de acesso não condicionado com assinatura, assim como – e com redobrada exigência – o serviço público. O Plano prevê também regras complementares e recomendações aplicáveis aos citados serviços de programas.

Estudo Jurídico sobre a Lei das Sondagens

17. No âmbito das suas competências em matéria de Sondagens, a ERC prosseguiu em 2009 o estudo jurídico do normativo legal vigente, com o intuito de desenvolver um projecto tendente à alteração da Lei n.º 10/2000, correspondendo à necessidade de clarificação de regras aplicáveis às empresas credenciadas e à divulgação de sondagens e estudos de opinião por parte dos órgãos de comunicação social, no sentido da procura de modelos mais claros, eficientes e ajustados às práticas dos intervenientes, sem prejuízo do rigor e da transparência que lhes são exigíveis.

Projectos Iniciados ou Finalizados em 2009

18. Em 2009, foi iniciado ou finalizado um conjunto de estudos e projectos com a colaboração de entidades universitárias e de outra natureza, dedicados às seguintes áreas e matérias:

a) Estudo sobre a imprensa regional e local

Iniciado em 2008, o estudo sobre a imprensa regional e local prosseguiu em 2009, encontrando-se na sua fase final. Entre Janeiro e Setembro foram realizadas reuniões com os responsáveis da imprensa regional e local em todas as capitais de distrito do Continente, num total de 18 reuniões.

b) Estudo *Caracterização do Sector da Radiodifusão Local*

O estudo, contendo a primeira análise ao sector da radiodifusão em Portugal, que confere particular atenção às rádios locais, foi editado em livro e apresentado publicamente em 2009.

c) Estudo sobre a Publicidade na Imprensa de Informação Geral e de Expansão Nacional

Iniciado em 2008, este estudo foi finalizado e divulgado em

2009. Trata-se do primeiro estudo de monitorização do cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias **na imprensa de informação geral e de expansão nacional**. Abrange o período compreendido entre 1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008.

d) Análise da informação diária emitida pelos serviços de programas de radiodifusão de cobertura nacional – Antena 1, Rádio Renascença –, canal 1 e Rádio Comercial.

Prosseguiu em 2009 a análise da informação diária dos serviços de programas de radiodifusão de cobertura nacional, iniciada em 2008 e realizada para a ERC pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES).¹

e) Estudo *A Televisão e as Crianças – Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI*

O estudo foi iniciado em 2008, tendo sido editado em livro e apresentado publicamente em 2009². Realizado pelo Instituto de Estudos Sociais da Universidade do Minho para a ERC, teve como objectivos gerais monitorizar a oferta da programação infantil e juvenil dos canais generalistas (RTP1, RTP2, SIC e TVI), em consonância com as leis existentes para o sector, e identificar e analisar as tendências da televisão para crianças em Portugal ao longo de um ano (entre 1 de Outubro de 2007 e 30 de Setembro de 2008).

f) Estudo *Crianças que são Notícias*

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da divulgação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre a **mediatização de crianças e adolescentes**³. Através da apresentação de casos identificados na monitorização sistemática da informação e da programação a que a ERC procede anualmente, o trabalho teve como objectivo uma reflexão sobre o cumprimento das normas legais que enquadram a cobertura televisiva de crianças e jovens.

g) Estudo sobre *Imigração e Diversidade Étnica, Linguística, Religiosa e Cultural na Imprensa e na Televisão*⁴

Realizado ao abrigo do Protocolo de Cooperação Técnica e Científica entre a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural e a Universidade de Coimbra, este estudo abrange a imprensa diária e semanal, incluindo jornais de distribuição gratuita em todo o país e os três serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto.

¹ A análise detalhada encontra-se desenvolvida no volume II do presente Relatório.

² Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

³ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁴ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

h) Estudo *Casos de Mediatização da Imigração e da Diversidade Cultural*

A ERC apresentou publicamente, por ocasião da divulgação do estudo referido no ponto anterior, um trabalho realizado pelos seus serviços de Monitorização e de Análise de Média sobre *Casos de Mediatização da Imigração e da Diversidade Cultural*.⁵ Através da apresentação de casos, o trabalho teve como objectivo a reflexão e o debate com profissionais dos média e representantes das comunidades imigrantes sobre a representação televisiva da imigração e das minorias culturais.

i) Estudo *Sondagens e Inquéritos de Opinião. Diagnóstico e Sugestões de Medidas a Adoptar*

O estudo em epígrafe foi realizado para a ERC por uma equipa interdisciplinar de especialistas na matéria, tendo sido apresentado publicamente por ocasião da III Conferência Anual da ERC⁶. O estudo teve em vista, entre outros objectivos, a construção de uma base de dados e eventuais alterações a efectuar no conjunto das regras (legais, deontológicas, praxísticas) por que se regem os operadores sectoriais.

j) Estudo sobre *A Educação para os Média em Portugal – experiências, actores e contextos*

No âmbito dos objectivos e compromissos atribuídos aos estados-membros na Directiva 2007/65/CE, relacionados com a literacia para os média, o Conselho Regulador contratou, em 2009, uma equipa da Universidade do Minho para realização deste estudo, tendo definido como principal objectivo conhecer o actual estado da educação para os média em Portugal. O estudo será editado em livro e apresentado publicamente em 2011.

k) Estudo sobre *televisões locais distribuídas pela Web*

Entre os estudos lançados em 2009, figura o que tem por objecto as chamadas “Web TV’s” – ou seja, os **serviços de natureza audiovisual fornecidos através da internet**. A iniciativa desenvolve-se, fundamentalmente, em duas fases, procurando a primeira recolher toda a informação útil à caracterização do universo de referência e visando a segunda o apuramento das suas exigências (mediáticas e jurídicas), na perspectiva da regulação deste fenómeno, em si mesmo, e na articulação que mantém com os restantes meios de comunicação social.

l) *Análise da cobertura jornalística na televisão e na imprensa das Eleições Legislativas de 2009*

Este estudo foi realizado para a ERC pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo e incidiu sobre a análise da **cobertura jornalística da campanha eleitoral**, incluindo o período chamado de pré-campanha, para as Eleições Legislativas 2009. Enquadra-se na Directiva 2/2009, de 29 de Julho de 2009, que estabelece que, em períodos eleitorais, seja na fase de pré-campanha, seja na de campanha eleitoral, vigora o princípio geral da igualdade de oportunidades das diferentes candidaturas, tal como estabelecido na Constituição, na Lei e na jurisprudência dos tribunais.

m) Estudo sobre a *Exposição Pública, na Imprensa, da Intimidade e Privacidade de Crianças, Jovens e Adultos, incluindo Vítimas de Crimes Contra a Autodeterminação Sexual*

Este estudo foi encomendado em 2009 pela ERC a uma equipa universitária interdisciplinar coordenada pelo Centro de Investigação do ISCTE (CIES). Abrange o universo das peças que envolvem exposição pública da intimidade e privacidade de crianças, jovens e adultos, incluindo vítimas de crimes contra a autodeterminação sexual, publicadas nas publicações periódicas de informação geral e expansão nacional durante o ano de 2009. Os resultados serão publicados em livro e apresentados publicamente durante a IV Conferência Anual da ERC, prevista para Outubro de 2010.

OS MEIOS⁷

CONSUMOS E PERFIS DOS PÚBLICOS DOS MÉDIA

19. A caracterização geral dos **padrões de consumo dos meios de comunicação e do perfil dos seus públicos** é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fonte de informação – ANACOM, APCT, INE e Marktest. Pretende-se, desta forma, identificar tendências evolutivas mais salientes ao nível dos consumos dos média.

20. No que respeita à **televisão por subscrição**, ultrapassou em 2009 os 2,5 milhões de clientes, ou seja, mais 243 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso constituiu um dos principais contributos para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas – fibra óptica (FTTH), rede telefónica (xDSL/IP) e acesso fixo via rádio (FWA). Estas plataformas de distribuição representaram 17% do total dos serviços televisivos por subscrição em 2009 (432 mil assinantes).

⁵ Ver detalhes sobre a apresentação do estudo no Relatório de Actividades e Contas (volume III do presente Relatório).

⁶ Idem.

⁷ A Análise Económica do sector será junta em momento posterior, devido à não disponibilização dos dados a tempo de poderem integrar o presente Relatório.

21. O cabo e o satélite mantêm-se como as plataformas de acesso preferenciais, sendo que o acesso via satélite continuou a ver o seu número de assinantes aumentar, enquanto o cabo registou uma ligeira quebra de cerca de 23 mil assinantes.

22. Quanto aos serviços de programas generalistas, a TVI, a RTP1 e a SIC continuaram a recolher a preferência dos espectadores, tanto no acesso livre (hertziano), como na televisão por subscrição. De acordo com os dados de audiências da Marktest, a **opção por estes canais generalistas portugueses continua a ser privilegiada**, subsistindo, assim, os padrões tradicionais de visionamento, apesar da diversificação da oferta de plataformas de distribuição.

23. A TVI continuou a ser o canal televisivo com **shares de audiência mais elevados** (28,7%; em horário nobre – 33,5%), seguindo-se a RTP1 e a SIC, com valores muito próximos entre si (respectivamente, 24% e 23,4%; em horário nobre – ambas com 24,1%). A RTP2 registou o *share* de audiência menos elevado entre estes quatro generalistas (5,8%; em horário nobre – 4,6%).

24. O tempo médio de visionamento diário destes quatro canais generalistas registou uma **ligeira descida em termos globais** face a 2008. Os espectadores despenderam, em média, aproximadamente menos um minuto por dia a ver a RTP1 (cerca de 50 minutos). A RTP2 registou um tempo médio de visionamento diário de cerca de 12 minutos.

25. Do lado dos generalistas comerciais, o tempo de visionamento diário da SIC reduziu cerca de 5 minutos em comparação com 2008 (48m51s). A TVI continuou a ser o serviço de programas mais visto, com 59m55s de visionamento médio por dia, tendo, no entanto, registado uma redução de quase seis minutos neste indicador em relação ao ano anterior.

26. Dos **dez programas mais vistos nos canais generalistas** em 2009, oito foram transmitidos pela TVI, um pela RTP1 e um pela SIC. Sobressaem como programas mais vistos as transmissões desportivas do Mundial de Futebol e as telenovelas.

27. No respeitante às audiências de **serviços de programas por cabo e outros** (vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos), assiste-se a um aumento do tempo de visionamento desde 2003, tendo registado quase 38 minutos em 2009. O *share* dos serviços de programas por cabo tem também assinalado uma subida contínua, com uma quota de 18,2% em 2009.

28. Os serviços de programas de **filmes e séries são os preferidos das audiências de cabo/outros**, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*. Os **dez programas de cabo com mais audiências em 2009 foram transmitidos pelo AXN e pela SIC No-**

tícias, destacando-se neste segmento em particular as audiências obtidas pela série de ficção CSI.

29. O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Barre Rádios da Marktest, fixa-se em 3h18m, tendo aumentado cerca de 7 minutos em relação a 2008. Este aumento representa inversão da tendência de descida que se verificava desde 2003.

30. Entre as **rádios** consideradas na análise da Marktest, as **mais escutadas** pertencem, por esta ordem, aos grupos Renascença, Media Capital, RDP e TSF.

31. As **rádios do serviço público** (RDP) obtiveram 10,9% do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest em 2009, menos 1% face a 2008. A Antena 3 foi a estação da RDP que registou um maior decréscimo; a Antena 2 e a Antena 1 cresceram 0,1% em 2009.

32. As **rádios do Grupo Renascença** representaram uma audiência média de 2,6%, as do Grupo Media Capital, 1,4%, e a TSF, 0,3%. A RFM e a Rádio Renascença, do Grupo Renascença, são as rádios mais escutadas. Por sua vez, a Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, permanece como a terceira rádio mais ouvida.

33. No que respeita à **imprensa**, praticamente todas as publicações, diárias e não diárias, de informação geral e de segmentos especializados, registaram, em 2009, uma **descida da sua circulação**. Nos jornais nacionais de informação geral, de acordo com os dados da APCT, o Correio da Manhã manteve-se como o diário de maior circulação, o Expresso manteve também a liderança entre os semanários e a Visão no segmento das *newsmagazines*.

34. No segmento da **imprensa especializada**, as publicações dedicadas a economia, negócios e gestão e as revistas chamadas “de sociedade” viram os seus índices de circulação aumentar. Por outro lado, verificou-se uma diminuição acentuada da circulação de jornais gratuitos e, de uma forma mais atenuada, de jornais desportivos e das revistas masculinas e femininas.

35. Relativamente à **internet**, o INE estima que, de 2005 a 2009, se assiste a um **aumento do número de agregados que dispõem de computador e de acesso à internet**. De acordo com estas estimativas, a ligação à internet deverá registar um crescimento médio anual de 11,7%, a ligação à internet por banda larga deverá aumentar 24,4% e o acesso a computador a partir de casa 7,7%.

36. Para o 1.º trimestre de 2009, os dados do INE indicam que mais de 56% dos agregados domésticos possuem computador – 47,9% com acesso à internet –, o que representa um crescimento

de 6,2% em relação ao mesmo período em 2008. Do conjunto de lares com acesso à internet, 46,2% encontram-se ligados através de banda larga, mais 7% do que no 1.º trimestre de 2008.

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

37. Em 2009, verificou-se um **decréscimo na criação de novas publicações periódicas nacionais**, passando de 258 em 2008 para 210 em 2009. Este decréscimo foi especialmente significativo nos Distritos de Lisboa (de 152 para 110), do Porto (de 31 para 19), de Santarém (de sete para três) e de Faro (de sete para três). Deve, no entanto, salientar-se o crescimento expressivo nos Distritos de Coimbra (de 12 para 22), de Braga (de sete para dez) e de Bragança (de um para três).

38. Também em sede de **publicações editadas por entidades públicas**, foi notória a depressão do mercado, tendo apenas surgido 17 novas anotações, contra as 127 requeridas no ano transacto.

39. No respeitante à **regularização da situação registal dos operadores radiofónicos**, a apreciação é positiva, devido, em parte, ao facto de muitos operadores se encontrarem em fase de renovação dos seus alvarás, o que determinou que se verificasse a inscrição de **38 novos operadores**.

40. Sendo a actualização e fidedignidade do registo uma preocupação constante da ERC, em 2009 foram **cancelados 430 registos de publicações periódicas já sem edição efectiva e 17 inscrições de empresas jornalísticas**, por terem cessado a sua actividade editorial.

41. Saliente-se a **entrada de um novo tipo registal, os operadores de distribuição**, tendo, durante o ano de 2009, sido oito os operadores que regularizaram junto da ERC a sua situação.

42. Também os **serviços de programas transmitidos exclusivamente pela internet** surgiram com grande vigor em 2009, encontrando-se no final do ano **15 procedimentos** administrativos em sede instrutória.

DIREITO DE RESPOSTA E DE RECTIFICAÇÃO

43. No ano de 2009, a ERC apreciou **84 recursos de direito de resposta e de rectificação**, os quais incidiram sobre um total de **38 órgãos de comunicação social**, sendo **81 relativos a publicações periódicas, dois a um serviço de programas de televisão generalista** de acesso não condicionado livre e **um a um serviço de programas de radiodifusão sonora**.

44. Trata-se de uma **ligeira descida**, quer no que respeita ao número de recursos de direito de resposta e de rectificação, quer ao número de órgãos de comunicação social alvo desses recursos, relativamente a 2008, continuando esses valores ainda muito acima dos verificados em 2007.

45. Em 2009, tal como em 2007 e 2008, a grande maioria dos recursos **tem como alvo a imprensa** (96% dos recursos). Nesta, a de **âmbito regional**, alvo de 61% (51) dos recursos, é a que apresenta o número mais elevado. A imprensa de **âmbito nacional** é alvo de 35% (29) dos recursos.

46. Apenas 2% (dois recursos) se dirigem à **televisão**, tendo como destinatários os serviços de programas dos operadores SIC e TVI. Em 2009, surge, pela primeira vez, **um recurso** contra um serviço de programas de **radiodifusão** – Antena 1 Açores.

47. Dos 84 recursos, **três publicações periódicas** – O Coura (16,7%, 14 recursos, mais 13 que em 2008), o Barcelos Popular (11,9%, dez recursos, mais um que em 2008), ambas publicações periódicas de âmbito regional, e o Correio da Manhã (10,7%, nove recursos, mais dois que em 2008) – **representam 39,3% da totalidade dos recursos** apresentados à ERC em 2009.

48. Publicações periódicas de âmbito nacional, como o Diário Económico, o Jornal de Negócios, A Bola e a Revista TV Guia, são, em 2009, **pela primeira vez** desde 2007, objecto de recurso de direito de resposta.

49. Do ponto de vista geográfico, é nos distritos de **Braga e de Viana do Castelo** que se situa o maior número de publicações visadas pelos recursos em 2009 (15 em Braga e 14 em Viana do Castelo, tendo os recursos neste último distrito como alvo apenas uma publicação, O Coura).

50. Em 2009, os **Cidadãos comuns** representam 34,5% dos recorrentes (29 recursos) – a maioria relativa dos recorrentes –, seguindo-se a **Pessoa colectiva privada**, que representa 17,9% dos recorrentes (15 recursos), a segunda categoria de recorrentes.

51. Agregando, porém, as categorias de recorrentes oriundos do campo político ou partidário – *Autarcas, Autarquias, Partido político, Dirigente partidário/deputado, Governo nacional e Membro do Governo de região autónoma* –, verifica-se que **os membros do campo político-partidário representam, em conjunto, em 2009, a segunda categoria de recorrentes**.

52. As temáticas ligadas às **Autarquias locais** são as que suscitam maior número de recursos de direito de resposta e de rectificação. Seguem-se os temas *Casos de justiça* e *Ordem interna*

que, juntamente com outros temas ligados ao *Sistema judicial* e a *Actividades policiais*, correspondem à **segunda categoria de recorrentes**, a alguma distância das restantes categorias de temas.

53. Por outro lado, a hierarquia temática das peças que motivaram recursos mostra a **persistência de conflitualidade entre autarcas e órgãos de comunicação social relativamente a este instituto**.

54. Em 2009, na **maioria das decisões (39,3%)**, o **Conselho Regulador dá razão ao recorrente**, pronunciando-se no sentido do *reconhecimento do direito de resposta ou de rectificação*. Em 17,9% dos recursos reconhece o direito mas obriga à *reformulação do texto* de resposta, e em 10,7% determina a *republicação* de respostas já anteriormente difundidas (de forma deficiente). 21,4% dos recursos tiveram decisão de arquivamento por improcedência e 3,6% por inutilidade superveniente.

SONDAGENS

55. O ano de 2009 foi fortemente condicionado pela realização de três eleições de âmbito nacional – Eleições Europeias, a 7 de Junho, Eleições Autárquicas, em 11 de Setembro, e Eleições Legislativas, a 27 do mesmo mês. Não obstante, não se contabilizou um número de depósitos de sondagens comparável ao de outros anos eleitorais (nomeadamente 2005 e 2001). Este dado poderá indiciar a manutenção da tendência de quebra generalizada no mercado dos estudos de opinião e políticos que tem sido evidenciada pelo sector, em consequência de uma retracção no investimento dos órgãos de comunicação social neste tipo de estudos.

56. Apesar da diminuição generalizada do número de sondagens face aos anos de 2001 e 2005, as sondagens continuam a ter muita procura por parte dos OCS, como se pode constatar pelo número de divulgações realizadas em 2009 (1879), muitas delas em parcerias entre os principais grupos de média.

57. Em 31 de Dezembro de 2009, estavam acreditadas 17 entidades junto da ERC, mais uma do que na data homóloga de 2008, tendo sido depositados mais **94 estudos, num total de 196**.

58. Foram **13 as empresas de sondagens credenciadas pela ERC que procederam ao depósito de estudos durante o ano de 2009**, mais uma do que em 2008, sendo que todas as empresas mais representativas do sector aumentaram o número de depósitos junto da Entidade Reguladora.

59. A manutenção da estrutura das empresas que procederam a depósitos de sondagens junto da ERC entre 2008 e 2009 reflecte

a **tendência de especialização que se tem vindo a observar no mercado dos estudos de opinião e políticos** nos últimos anos, particularmente evidente na redução do número de empresas credenciadas, menos sete do que em 2006 (24 em 31 de Dezembro de 2006 e 17 em 31 de Dezembro de 2009).

60. As **196 sondagens** depositadas na ERC durante o ano de 2009 foram realizadas **para 54 clientes distintos**, um número consideravelmente superior (mais 16) ao apurado em 2008 (38 clientes).

61. Um ano eminentemente eleitoral como o vivido em 2009 repercutiu-se no aumento exponencial das abordagens em torno do voto e projecções eleitorais, contrariamente ao observado em 2008, ano durante o qual a incidência temática esteve refém dos barómetros políticos regulares, na abordagem da imagem das principais instituições políticas do país e seus representantes, bem como na dos líderes partidários, ou ainda na monitorização das intenções de voto mensais.

62. Não obstante o aumento deste foco nos estudos eleitorais, foram assinalados, em 2009, menos 26 temas genéricos em relação ao apurado no ano anterior, num total de 135, que representaram 738 referências distintas no conjunto das 196 sondagens depositadas. De destacar, pela sua marcada presença, as recolhas de informação relacionadas com a auscultação da intenção e do sentido de voto dos eleitores, e concomitantes projecções eleitorais, bem como a determinação da imagem dos órgãos institucionais e demais órgãos políticos, Presidente da República, primeiro-ministro, Governo, ministros e líderes partidários, bem como dos órgãos das autarquias locais.

63. Assim, mais de 50% das sondagens depositadas em 2009 incidiram sobre a temática relativa ao voto autárquico. O voto legislativo foi abordado em cerca de 40% dos estudos, sendo, em número, superior a 20% as sondagens que abordam temas relativos à **imagem dos líderes partidários e Presidente da República**. A imagem do primeiro-ministro, a imagem **dos executivos camarários, problemas concelhios e locais, a imagem dos ministros do Governo e a imagem das autarquias** foram tratadas em mais de 10% dos estudos.

64. Relativamente ao **método de recolha de informação**, de acordo com os elementos disponibilizados nas Fichas Técnicas dos depósitos efectuados, o método de recolha de informação mais utilizado continua a ser o telefónico, tendo sido utilizado, através de selecção directa ou em painel, em 141 das 196 sondagens depositadas durante o ano de 2009, ou seja, em cerca de 72%.

65. No que concerne à **selecção das amostras**, observou-se, de 2008 para 2009, um aumento do número de estudos que

utilizaram mais do que um método naquele processo, em grande parte das situações através do recurso à selecção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), procedendo-se, depois, à utilização de quotas para seleccionar os indivíduos a entrevistar.

66. Durante o ano de 2009, 86,2% das sondagens depositadas foram acompanhadas de uma **divulgação efectiva dos seus resultados**, crescendo em relação a 2008 (81,4%), mas mantendo a tendência observada em 2007 (86,3%), ano em que ocorreram três actos eleitorais.

67. Contabilizou-se, em 2009, um total de **24 órgãos de comunicação social que procederam à divulgação de mais de dez sondagens de opinião durante o ano**, ou seja, 27,9% do total (mais 13 do que 2008).

68. O perfil apurado para o ano de 2009 **revela uma tendência para a concentração das divulgações num número mais restrito de órgãos, o que é comum** em anos em que os estudos de antecipação e/ou projecção eleitoral são mais importantes.

69. A Rádio (36,9%) suplantou a Televisão (36,3%) e a Imprensa (22,1%) como principal fonte de divulgação de sondagens de opinião durante o ano de 2009, representando aqueles dois primeiros suportes perto de três quartos do total de divulgações recuperadas (73,2%). Embora tenha crescido em termos do volume de peças monitorizadas, a importância relativa da internet reduziu-se para metade do apurado em 2008.

70. Foram realizadas **28 sondagens em dia de acto eleitoral** (“boca da urna” – 39,4%), para o conjunto das três eleições estudadas, sendo 22 delas referentes a estudos de âmbito local no dia das eleições autárquicas, e as restantes seis em estudos para as eleições legislativas e europeias. 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 79 procedimentos de diversa índole, um número superior ao apurado para o ano de 2008.

71. Nos 38 processos desencadeados **durante o ano de 2009**, gerados no acompanhamento de depósitos de sondagens e divulgações, 54,7% das ocorrências detectadas estiveram relacionadas com incumprimentos de *Regras de divulgação ou interpretação de sondagens*⁸. As ocorrências relativas a incumprimentos na Ficha Técnica do depósito registaram 22,7% do total apurado⁹.

RADIODIFUSÃO SONORA

ACTIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO NO ANO DE 2009

72. Até ao final de 2009 foram desenvolvidas **51 acções de fiscalização** a operadores de rádio, das quais 12 implicaram a deslocação às respectivas instalações.

73. Nas acções de fiscalização realizadas foram assinaladas **66 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 na ausência de informação quanto à localização dos estúdios de produção da emissão.

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ACTIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

74. No universo de 347 serviços de programas de âmbito local, foram apresentados, até ao fim do ano, **63 novos pedidos de renovação**, que acresceram aos 163 processos transitados de 2008, perfazendo o total de **226 processos** no decurso do ano de 2009.

75. Até Dezembro de 2009, inclusive, foram aprovadas **176 liberações** referentes a processos de renovação de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão sonora, das quais **173 deferiram o pedido de renovação**, tendo as restantes **três determinado a sua não renovação**.

76. Dos titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão em actividade em 2009, **cinco não requereram**, dentro do prazo legal, a renovação das respectivas licenças, pelo que, por caducidade, se extinguiu o direito ao exercício da actividade de radiodifusão por parte desses operadores.

77. No final do ano de 2009, verificou-se uma **alteração no universo radiofónico nacional, reduzido para 321 operadores licenciados** para o exercício da actividade de radiodifusão sonora de âmbito local, a que correspondem 339 serviços de programas distintos. Esta situação decorre do facto de em 2009 ter sido determinada a não renovação da licença de alguns operadores de rádio (três), a que acresceram ainda as referentes às licenças caducadas (cinco), por não ter sido requerida atempadamente a renovação dos respectivos alvarás. Temos, portanto, de 329 opera-

⁸ Artigo 7.º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

⁹ Artigo 6.º da Lei n.º 10/2000 (Lei das Sondagens).

dores licenciados no início do ano de 2009, a que correspondem 347 serviços de programas, uma redução, no final do ano, para 321 operadores e 339 serviços de programas¹⁰.

ALTERAÇÕES DO PROJECTO DE RADIODIFUSÃO

78. No âmbito das alterações registadas no ano de 2009 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-existent**s, 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.

79. Em 2009, foram apreciados e autorizados **nove pedidos de alteração** do projecto aprovado, de generalista para temático musical, verificando-se, com a alteração ocorrida, que **actualmente estão classificados como temáticos 23 serviços de programas**.

80. Dos **347 serviços de programas de âmbito local** licenciados para o exercício da actividade, **324 disponibilizam serviços de programas generalistas, 19 emitem serviços temáticos musicais e quatro são temáticos informativos**.

81. Foram autorizadas **20 alterações de denominação**, nove das quais no âmbito de uma alteração do projecto aprovado e 11, mediante requerimento, sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador.

DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

82. Em 2009, a ERC apreciou **seis pedidos de alteração** do controlo de empresas titulares de licenças para o exercício da actividade de radiodifusão.

83. 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 uma diminuição significativa em relação aos pedidos apresentados no ano anterior.

84. No plano da propriedade, e observando os limites legais previstos na Lei da Rádio, foram identificadas **20 entidades – pessoas singulares ou colectivas – com participação no capital social de três ou mais prestadores de serviços de programas**, no ano de 2009. Neste conjunto, e excluindo-se o Grupo RTP, en-

contram-se as entidades detentoras dos alvarás dos serviços de programas de cobertura nacional e regional – Media Capital Rádios, Rádio Renascença e TSF Rádio Notícias.

85. Não se registaram alterações no quadro do planeamento de distribuição das frequências nacionais e regionais, em relação ao ano de 2008, mantendo-se, por conseguinte, as **seis frequências de rádio de cobertura nacional e duas de cobertura regional**.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

86. No decurso do ano de 2009 assinalou-se um ligeiro aumento de **serviços de programas de radiodifusão activos no sistema de envio e tratamento automático de dados** para apuramento da quota de difusão de música portuguesa, perfazendo um total de 152, registando-se, relativamente a 2008, um **acréscimo de 3%**.

87. Dos serviços de programas de âmbito local activos no sistema, num universo de análise mensal que compreende 130 dos 152 serviços de programas, **mais de 86% cumpre a quota legal de 25% de emissão de música nacional**.

88. Uma **média de 95% dos serviços de programas activos respeita** a percentagem mínima de 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos estados-membros da União Europeia.

89. Acompanhando a tendência dos últimos anos, **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.

90. Contando com a colaboração da Sociedade Portuguesa de Autores, concluiu-se que em Portugal se mantêm com **insuficiente produção** os seguintes géneros musicais: *hip-hop/rap/urban*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e clássica, géneros estes identificados no Regulamento n.º 495/2008 e considerados para efeitos da sua aplicação.

Até ao final de 2009, foram deferidos **12 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/urban/hip-hop*.

¹⁰ Os detalhes da análise são desenvolvidos no respectivo capítulo do volume I do Relatório.

ANÁLISE COMPARATIVA DA INFORMAÇÃO DIÁRIA NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE RADIODIFUSÃO: RDP ANTENA 1, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL

91. A análise comparativa da informação dos três serviços de programas de radiodifusão, generalistas, de âmbito nacional – RDP Antena 1, Rádio Renascença (RR), Rádio Comercial (RC) – abrange os blocos informativos das 8h00 e das 18h00, no período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009.^[1]

92. Foram monitorizados 248 noticiários de três serviços de programas de expansão nacional, num total de 1683 notícias, assim distribuídas:

- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Antena 1, com um total de 748 peças.
- ▶ 92 edições dos blocos informativos da Rádio Renascença, com um total de 612 peças.
- ▶ 64 edições dos blocos informativos da Rádio Comercial, com um total de 323 peças.

93. A análise permite identificar um conjunto de **tendências comuns** a dois dos três serviços de programas no ano de 2009, mostrando uma **aproximação das agendas jornalísticas** da Antena 1 e da Rádio Renascença, patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que são objecto de cobertura nos blocos informativos analisados. A Rádio Comercial, embora acompanhando algumas das tendências genéricas, regista maiores diferenças.

94. A **política nacional** é a temática mais frequente e comum aos serviços de programas RDP Antena 1 e Rádio Renascença. Na Rádio Comercial predomina o tema *ordem interna*. Contudo, embora assumindo prioridades distintas, estão também entre os temas mais representados nos três serviços de programas a *política nacional*, a *ordem interna*, o *desporto*, a *política internacional* e o *sistema judicial*.

95. Nos blocos informativos do operador público Antena 1, com especiais obrigações quanto à diversidade e ao pluralismo, quatro categorias temáticas – *política nacional*, *ordem interna*, *desporto*, *política internacional* – dominam **cerca de 60% das peças (57,4%)**. A situação é similar na Rádio Renascença (60,1%).

96. Comum à informação dos três serviços de programas é a **hegemonia do futebol** nas peças sobre *desporto*, a terceira temática mais frequente na amostra dos três serviços de programas em 2009. Este tema assume maior presença na informação da Rádio

Comercial, onde aparece como segundo tema mais frequente. A cobertura de outras modalidades desportivas é residual, o que deve ser assinalado criticamente quanto ao operador público.

97. Constitui também tendência comum à informação dos três operadores a **fraca representatividade** de temas e protagonistas de áreas temáticas como a **cultura** e **grupos minoritários** ou de **áreas geográficas** nacionais e internacionais.

98. O tema **cultura** obtém, em 2009, nos três serviços de programas de radiodifusão, cobertura informativa diminuta, não obstante ser mais frequente na RDP Antena 1, onde marca presença em 3,5% das peças, face a 2% na Rádio Renascença e menos de 1% na Rádio Comercial.

99. No que respeita à presença de **grupos minoritários**, o comportamento dos três blocos informativos denota em geral a pouca relevância conferida a este *tema* e a *actores* oriundos desta categoria. **Num total de 1683 peças analisadas, apenas sete**, quatro das quais na RDP Antena 1, se referem a grupos minoritários, incluindo nesta categoria *minorias étnicas/imigração*, *crença/religiosidade*, *comportamento/orientação sexual*, *portadores de deficiência*.

100. Em relação a outros **temas pouco frequentes**, verifica-se que, individualmente, as peças sobre *ciência e tecnologia*, *urbanismo*, *comunicação*, *sociedade*, *defesa* e *população* **não chegam a representar 1%** quer dos conteúdos informativos da RDP Antena 1, quer dos operadores privados.

101. As peças sobre **educação** e **crença e religião** representam, na informação do operador público, **menos de 1%**, surgindo o tema **crença e religião** na Rádio Renascença em 6,2% das peças e em apenas 0,3% na Rádio Comercial.

102. A presença/referência a **crença/religiosidade** é um elemento, pelo seu destaque, **distintivo da Rádio Renascença**, nomeadamente no que respeita ao *cristianismo católico*. É também este o único operador que refere **indivíduos portadores de deficiência**.

103. Do **ponto de vista da diversidade geográfica** na informação emitida pelos três serviços de programas, predomina o **enfoque nacional** das peças. Este enfoque é tendencialmente não especificado em termos de local de acção dos acontecimentos noticiados, apesar do domínio da **região da Grande Lisboa**, nos casos em que tal informação é detalhada na peça. Igual-

[1] A análise detalhada de cada serviço de programas de radiodifusão analisados encontra-se no Volume I do Relatório.

mente de notar a **presença residual** na informação dos três serviços de programas de regiões como o **Alentejo**, o **Algarve** e as **Regiões Autónomas**.

104. As **diferenças** que é possível identificar **entre o operador público e os operadores privados** abrangidos na análise residem, sobretudo, na duração das peças informativas, cuja **média** nos três serviços de programas é de 1 minuto e 10 segundos. Na RDP Antena 1 e na RR a **duração média das peças** é superior à média, sendo que a RDP Antena 1 é o operador que transmite blocos mais longos e o único com peças com mais de cinco minutos.

105. Também a **duração média** dos blocos informativos nos três serviços de programas – 9 minutos e 29 segundos – distingue a RDP Antena 1, cujos blocos informativos têm uma duração – 13 minutos e 13 segundos – superior à média, sendo que os blocos da Rádio Renascença se aproximam desta, com 8 minutos e 59 segundos.

106. Ao nível do **rigor informativo**, a **orientação para a informação factual** é uma característica predominante dos blocos informativos dos três serviços de programas. O registo *informativo* é predominante, assumindo o *comentário* e a *entrevista* um carácter marginal.

107. Contudo, em peças que requerem **contraditório**, observa-se que em maior número não são reportadas as posições de todos os visados. Essas peças referem-se maioritariamente ao tema *política nacional*.

108. De notar que a RDP **Antena 1** emite o maior número de peças em que o *princípio do contraditório* é respeitado.

109. Tendencialmente, os três serviços de programas identificam uma **única fonte** no tratamento editorial das notícias. Considerando os casos em que as fontes são *múltiplas*, predomina, nos três operadores, a *dissonância* entre as fontes consultadas relativamente à *concordância* delas.

110. Quanto aos **protagonistas** da informação, não obstante o peso de peças em que não há um protagonista identificado, destacam-se os **actores de política nacional** nos três serviços de programas, seguidos dos actores das áreas *desporto*, *sistema judicial* e *política internacional*.

111. Na política nacional, num ano marcado por três actos eleitorais, as *actividades dos partidos políticos* e *divergências/críticas*

inter-partidárias tiveram mais presença na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença. De salientar a **escassa presença das actividades da Assembleia da República** nos três operadores, cujo valor máximo é de **2,5% em cada um dos operadores privados**, que se deve, em parte, ao impacte do caso "BPN". Também o tema **suspeita de envolvimento em escândalos ou irregularidades** de actores da política nacional – "Freeport", "Face Oculta" – teve presença equivalente nos três operadores, não ultrapassando 2,1% das peças na RDP Antena 1, o valor mais elevado entre os três operadores.

112. A categoria de **protagonistas políticos** mais representada na RDP Antena 1 e na Rádio Renascença é **secretários-gerais e presidentes dos partidos**, seguindo-se, para ambos os serviços de programas, a categoria ministros, sendo esta a mais representada na Rádio Comercial, seguida de **primeiro-ministro**.

113. Considerando a **pertença político-partidária dos protagonistas** com mais expressão nos três serviços de programas, verifica-se que **predominam neles os membros do Governo**, com maior representatividade na Rádio Comercial (61,5%), seguida pela RDP Antena 1 (34%) e a Rádio Renascença (27,4%).

114. Os protagonistas do **PSD** representam a segunda categoria mais frequentada nos três serviços de programas, com maior incidência na Rádio Renascença (20,2%), seguida pela RDP Antena 1 (15,7%) e pela Rádio Comercial (10,3%).

115. O **PS** é a terceira categoria de protagonistas político-partidários mais representada, particularmente na Rádio Renascença (15,5%), seguindo-se a Rádio Comercial (15,4%) e a RDP Antena 1 (13,6%).

116. Os protagonistas do **CDS-PP** representam a quarta categoria mais representada nos blocos informativos da Rádio Renascença (9,5%), seguida pela RDP Antena 1 (7,9%).

117. O **PCP/CDU** não se encontra referido pela Rádio Comercial, destacando-se a sua presença na RDP Antena 1 (8,4%), seguindo-se a Rádio Renascença (4,8%).

118. O **BE** é referido, por ordem decrescente, na RDP Antena 1 (5,2%) e na Rádio Renascença (4,8%).

119. Nos blocos informativos da Rádio Comercial incluídos na análise não se identificou a presença de protagonistas do **CDS/PP**, do **PCP/CDU** e do **BE**^[2].

[2] De notar que a Rádio Comercial apresenta uma menor proporção de peças analisadas na amostra, já que não emite blocos informativos aos fins-de-semana.

120. As peças que incluem *crítica à acção governativa ou contestação ao Governo* são mais frequentes na Rádio Renascença (19,3%) e na RDP Antena 1 (14,6%) do que na Rádio Comercial (4,6%).

SERVIÇO PÚBLICO DE RADIODIFUSÃO

121. Em 2009, na **Antena 1**, os programas de divulgação e alinhamento musical continuam a ocupar o maior espaço do total da programação, com 39,8% (3483 horas), embora registando um decréscimo de 7,5% relativamente a 2008.

122. Comparativamente a igual período de 2008, verifica-se, em 2009, um acréscimo nos espaços dedicados aos noticiários, tendo os debates de carácter geral mantido o mesmo volume.

123. Regista-se ainda a difusão de programas de incentivo à língua portuguesa, nomeadamente no domínio da expressão literária dos usos e costumes e do apoio ao lançamento de cd's de música portuguesa.

124. Em matéria de **difusão da música portuguesa**, a Antena 1 cumpriu as exigências previstas no artigo 44.º-B da Lei da Rádio, ultrapassando, mesmo, os valores registados em 2008.

125. O ano de 2009 representa, também, uma continuidade ao nível da programação apresentada pela **Antena 2** em 2008, quer ao nível do modelo de programação, composto por painéis, quer ao nível de rubricas de conteúdo não musical.

126. O fomento da **língua portuguesa** é representado pela emissão diária de programas relacionados com a língua, cultura e usos e costumes portugueses; dada a especificidade dos conteúdos musicais, este serviço de programas não está sujeito ao cumprimento de quotas de música portuguesa.

127. Tal como no ano anterior, em 2009, na **Antena 3**, cerca de 2% da programação consiste em informação, apresentando este serviço de programas uma programação mais orientada para a emissão de programas de música.

128. Ao nível de cumprimento de **quotas de música portuguesa**, a programação situou-se acima de 40% no período de maior audiência – entre as 7h00 e as 20h00.

129. Em matéria de difusão de **música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia**, no pe-

ríodo das 7h00 às 20h00, a Antena 3 seguiu uma tendência manifestada desde o segundo semestre de 2008, com uma evolução crescente da quota até Julho, tendo-se situado na ordem dos 70%; já no último trimestre volta a descer para os 60% exigíveis.

130. A Antena 3 promove a língua e valores culturais portugueses com o apoio e divulgação de acções e iniciativas nas áreas da música, cinema, teatro, dança e literatura e, tendo em atenção a orientação musical da antena, com o apoio a cd's e concertos de autores portugueses e com a emissão regular de um programa educativo sobre a expressão oral.

131. A **Antena 3** é o serviço de programas com maior volume dedicado a referências promocionais, reflexo do patrocínio de festivais e filmes. Por outro lado, a Antena 2 é o serviço de programas que difunde o menor volume de referências promocionais.

IMPrensa

ANÁLISE DAS INSERÇÕES PUBLICITÁRIAS NA IMPRENSA DE INFORMAÇÃO GERAL E DE EXPANSÃO NACIONAL¹¹

132. A análise abrange o período compreendido entre **1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2008**. As publicações analisadas são as seguintes: **Diário de Notícias, Público, Jornal de Notícias, 24 Horas, Correio da Manhã, Expresso, Sol, Visão, Focus e Sábado**. Trata-se de um *estudo exploratório*, o primeiro a ser realizado sobre o cumprimento do regime legal relativo a inserções publicitárias na imprensa de informação geral e de expansão nacional.

133. O número de **inserções publicitárias** identificadas na amostra totaliza **6140**, correspondentes a **256 edições**, das quais: **25 edições** de cada um dos jornais **diários**, **26 edições** de cada um dos jornais **semanais**, **26 edições** das **revistas semanais Sábado e Visão**, **27 edições** da **revista semanal Focus**.¹² A análise abrange as **páginas editoriais do caderno principal**, excluindo-se as páginas de publicidade do citado caderno.

134. Em termos gerais, na amostra analisada, são os jornais semanais, **Expresso e Sol**, aqueles que registam maior número de inserções publicitárias. De entre os diários, é o **Jornal de Notícias** aquele que apresenta mais inserções.

135. No que respeita à **localização** das inserções publicitárias nas publicações e considerando o conjunto das publicações ana-

¹¹ Os dados são desenvolvidos no volume I do Relatório.

¹² O erro amostral máximo por jornal diário é de 18,96% e para os jornais semanais e revistas de 13,72%.

lisadas, verifica-se que as inserções publicitárias na *primeira página/capa* possuem valores relativamente baixos no conjunto das publicações analisadas. Com valores ainda mais baixos encontram-se as inserções localizadas na *última página*.

136. Em termos de **tipologia de inserções publicitárias**, os *anúncios* ocupam mais de metade da amostra em análise, especialmente no Correio da Manhã e no Expresso.

137. A **informação comercial** (promoção de produtos) atinge valores elevados nas revistas semanais Focus e Sábado e no semanário Sol, sendo, no conjunto das publicações analisadas, a segunda tipologia mais presente, logo a seguir aos anúncios.

138. A **terceira tipologia mais presente é a das autopromoções/iniçiativas** (das próprias publicações), particularmente no Diário de Notícias, na revista Visão, no Jornal de Notícias e no jornal Público.

139. A **publicidade redigida** está, na amostra, mais presente no Público e no Diário de Notícias.

140. A **publireportagem** representa na revista Focus o valor relativo mais elevado no conjunto das publicações. Outras tipologias de publicidade, como o **patrocínio/apoio/colaboração e peças realizadas a convite**, possuem presença residual nas publicações analisadas.

141. No que respeita aos **anunciantes, patrocinadores ou apoiantes mais presentes** no conjunto das publicações analisadas, destacam-se, por área, as *empresas da área da comunicação, da área editorial, instituições públicas, empresas da área da banca privada e da área das viagens/turismo*.

142. Quanto aos **anunciantes oriundos de instituições públicas**¹³, por categoria, verifica-se a sua presença em 9,6% do total de inserções publicitárias analisadas no conjunto das publicações, revestindo a inserção o formato de anúncio, patrocínio ou apoio.

143. No conjunto das publicações analisadas, a categoria de instituições públicas mais presente diz respeito aos **municípios e outras instituições autárquicas**. Seguem-se as *universidades e centros de investigação estatais*. A terceira categoria é *Governo e serviços do Estado*.

144. Quanto ao **princípio da separação entre conteúdos publicitários e conteúdos jornalísticos**, verifica-se que, no conjunto das publicações analisadas, em 81,8% das inserções publicitárias é cumprido o *princípio da separação* entre conteúdos publicitários e conteúdos jornalísticos.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NA PROGRAMAÇÃO – – RTP1, RTP2, RTPN, SIC E TVI¹⁴

145. A análise incide sobre a composição da oferta dos conteúdos emitidos pelos quatro serviços de programas generalistas de televisão de sinal aberto e o serviço de programas temático informativo do operador público, adoptando como conceitos operativos nucleares as noções de **géneros televisivos e funções** da programação televisiva.

146. Pretende-se analisar o **pluralismo e a diversidade** da oferta televisiva, tendo nomeadamente como referente obrigações de programação definidas na Lei da Televisão, no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (cf. Anexo II – Obrigações de Programação).

147. A análise parte do pressuposto de que a **diversidade** da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das dimensões de **pluralismo**, conceito que é aqui entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais¹⁵.

148. A análise da programação incide nos **géneros e funções** da programação, num total de **39 géneros**, agrupados em sete categorias de **macrogéneros – informativos, desportivos, ficção, infantil/juvenis, entretenimento, culturais/conhecimento, institucionais/religiosos**, e considerando quatro **funções** clássicas da programação – **entretener, informar, formar, promover/divulgar**.

149. Na análise são considerados os factores **frequência** (número de programas) e a respectiva **duração** (tempo de emissão), uma vez que a frequência nem sempre espelha o peso relativo que determinado **género televisivo** assume de facto numa grelha de programação.

¹³ As instituições públicas anunciantes nas publicações abrangidas no estudo constam do Volume II do Relatório.

¹⁴ A análise detalhada de cada serviço de programas encontra-se no volume II do Relatório.

¹⁵ Esta noção base de **pluralismo dos média** tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os Média. Constitui, por exemplo, a definição de partida do *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*, divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos média nos estados-membros (Cf., por exemplo, *Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*, SEC, 2007).

150. Foram analisados **58.666** programas, correspondentes a uma **duração** de **36925h15m**, o que representa o universo de programas emitidos por cinco operadores (RTP1, RTP2, RTPN, SIC e TVI) em 2009, de acordo com o registo de programação efectuado pelo serviço Markdata da Mediamonitor/Marktest, através da utilização do *software* MMW – Markdata Media Workstation.

151. É a seguinte a distribuição dos programas analisados, com a respectiva **duração**:

RTP1: 7545 programas, correspondentes a uma **duração** de 7129h19m.

RTP2: 19099 programas, correspondentes a uma **duração** de 8439h28m.

RTPN: 16610 programas, correspondentes a uma **duração** de 8198h20m.

SIC: 7934 programas, correspondentes a uma **duração** de 6679h25m.

TVI: 7478 programas, correspondentes a uma **duração** de 6478h40m.

Em termos gerais:

152. No que respeita à **diversidade de géneros de programas** emitidos em 2009 pelos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto, na RTP1 foi identificada a frequência de 34 categorias de *géneros televisivos* dos 39 contemplados na análise. Na RTP2 registaram-se 31, na SIC 32 e na TVI 28.

153. A RTP1 é, assim, o serviço de programas que apresenta maior diversidade de géneros na sua programação e a TVI o que apresenta menor diversidade de *géneros televisivos* na sua grelha de programas.

154. No que respeita à **diversidade dos géneros emitidos no horário nobre** (20h00-22h59m), a RTP1 regista 27 *géneros* de entre as 34 categorias que constituem a globalidade da programação deste serviço de programas. A RTP2 regista nesse horário 24 *géneros* dos 31 registados na sua programação geral. A SIC regista 20 *géneros televisivos* nesse horário de entre os 32 apresentados por este serviço de programas. A TVI regista 15 *géneros* no **horário nobre** de um total de 28 constantes da sua programação.

155. A TVI é, assim, o serviço de programas que apresenta menor diversidade no que se refere aos géneros da programação emitidos no horário nobre e a RTP1 o que regista maior diversidade de géneros no horário nobre.

156. Relativamente aos dois serviços de programas do **operador público** – RTP1 e RTP2 –, a análise mostra que eles se posicionam numa base de **complementaridade e alternativa**, con-

cretizada na diferente **frequência** e **duração** de determinadas categorias de *géneros* em cada um.

157. Na **comparação entre os dois serviços de programas do operador público**, destaca-se ainda a diferença que assumem os *géneros de entretenimento* em cada um deles. Na RTP1, **um em cada cinco** programas enquadra-se nesta categoria. Na RTP2, os *géneros* específicos de *entretenimento* surgem como uma **categoria minoritária**, o que constitui uma marca claramente distintiva em relação aos restantes canais em análise.

158. Os programas *infantis/juvenis* marcam também a diferença entre os dois serviços de programas do operador público. Enquanto na RTP2 os programas *infantis/juvenis* são claramente predominantes, tanto em **frequência** como em duração, na RTP1 surgem com um peso relativo muito menor, designadamente no que respeita ao tempo de emissão que lhes é dedicado.

159. Quanto aos **programas da categoria culturais/conhecimento**, na RTP2 representam perto de três quartos de toda a programação no conjunto dos quatro canais de acesso não condicionado livre. Em contraste, **a TVI é o serviço de programas que inclui menos programas culturais/conhecimento** nas suas grelhas no conjunto dos quatro canais. Quanto à RTP1, assume a segunda posição e a SIC a terceira.

160. No que respeita aos **operadores privados – SIC e TVI** –, verifica-se a existência de similitudes entre eles, designadamente nas categorias de géneros predominantes nas suas emissões. Considerando tanto a frequência como a duração, destacam-se em ambos quatro grandes categorias de géneros: *entretenimento*, *ficção*, *informativos* e *infantis/juvenis*.

161. A similitude entre a programação dos operadores privados estende-se, também, aos géneros menos exibidos: *institucionais/religiosos*, *culturais/conhecimento* e *desportivos*.

162. Na programação geral de cada um dos quatro serviços de programas, a proporção de conteúdos destinados à **diversidade cultural e interesses dos grupos minoritários** representa 3,4% da programação total da RTP1 e da RTP2 e 0,7% na SIC e na TVI.

163. Quanto à RTPN, tratando-se de um **serviço de programas temático informativo**, a análise dos *géneros televisivos* traduz essa especificidade. Assim, os programas do género *informativos* constituem a categoria predominante – 65% do total de programas exibidos –, compreendendo nela toda a diversidade de *géneros informativos* considerados na análise, um peso que sai ainda reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (78,9%).

164. Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quinto do número total de programas (19,2%), embora em **duração** obtenha um peso menos relevante (9,5%).

165. Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,7%), o que se deve, sobretudo, à presença de programas de *informação desportiva*.

166. Dada a especificidade temática da RTPN, a categoria *entretenimento* é a que obtém menor relevo na grelha de programas deste canal, correspondendo essencialmente à exibição de programas de *infotainment*.

RTP1

167. Na programação da RTP1 em 2009, considerando os **macrogéneros**, predominam os programas *informativos*, quer em número de programas (**frequência**) (24,9%), quer em **duração** (30,9%), destacando-se em **frequência** os *serviços noticiosos* (12,0%) e em **duração** os *magazines informativos* (16,8%).

168. A *ficção* e o *entretenimento* são igualmente relevantes em **frequência** e **duração** (respectivamente 24,5% e 20,9%), embora a relação se inverta ligeiramente quando considerada a **duração** (26,7% e 29,0%).

169. No *entretenimento* destacam-se, em termos de **duração**, os *talk shows* (17,8%), sendo este o **género que obtém maior duração nas grelhas da RTP1**.

170. Os programas dirigidos aos **públicos infanto-juvenis** registam uma **frequência** de 12,6%, embora esse valor não obtenha idêntica relevância quando considerada a sua **duração** (2,3%).

171. No leque de categorias de **menor frequência** e **duração** sobressaem os *culturais/conhecimento* (5,2% e 4,1%, respectivamente), os *desportivos* (4,5% e 4,1%) e os *institucionais/religiosos* (7,6% e 2,8%).

172. Considerando as **funções** atribuídas aos diferentes géneros, verifica-se que, na programação da RTP1, a **função entreter** corresponde a **mais de metade dos programas** transmitidos (57,6%). Trata-se de programas representados maioritariamente em **géneros** como *telenovela*, *desenhos animados*, *séries*, *talk shows* e *concursos/jogos*.

173. *Informar* é a segunda **função** mais presente nos conteúdos da RTP1 (29,2%), a qual é preenchida sobretudo pelos *serviços noticiosos* e *magazines informativos* (27,6%).

174. Segue-se, a grande distância, a **função formar**, consubstanciada em 8,1% do número de programas emitidos em 2009 (1,3% no tempo de emissão). Corresponde, essencialmente, a conteúdos educativos – *educativos infantis/juvenis* e *educativos* dirigidos a diferentes públicos, bem como a programas *institucionais*.

175. Os programas vocacionados para *promover/divulgar*, representados em mensagens das entidades que os promovem, ocupam a parcela mais reduzida da programação da RTP1 (5,2% em número de programas), embora o seu tempo de emissão (2,6%) seja superior aos programas cuja **função** predominante consiste em *formar*.

176. Os três géneros mais frequentes no **horário nobre** são *serviços noticiosos*, *concursos/jogos* e *comentários*, representando mais de metade dos programas exibidos neste período horário.

177. A segunda categoria mais frequente na RTP1, neste horário, corresponde a *concursos/jogos*, representando quase um quinto da programação deste período horário.

178. Os programas de *comentário* surgem na terceira posição, embora com uma percentagem mais reduzida comparando com os anteriores. Atendendo à **duração**, verifica-se, ao invés, que as *transmissões desportivas* têm maior relevo, ocupando a terceira posição no **horário nobre** no que respeita a tempo de emissão.

179. Já no campo do *entretenimento*, os *concursos/jogos* são também preponderantes no **horário nobre** dos dias de semana, sendo aqueles que registam uma descida mais acentuada quando se contrasta a sua **duração** total nos dias de semana com a programação de **horário nobre** de sábados e domingos.

RTP2

180. Na RTP2, a programação *infantil/juvenil* sobressai, claramente, em relação a outras categorias, tanto em número de programas (59,4%), como em **duração** (30,7%). Nesta categoria de programas, os *desenhos animados* correspondem ao género mais frequente e com maior **duração**, seguindo-se os *educativos infantis/juvenis*. Estes dois géneros infanto-juvenis – *desenhos animados* e *educativos infantis/juvenis* – correspondem a mais de metade do número de programas exibidos pela RTP2 em 2009, representando, porém, pouco mais de um quarto da **duração** total da programação analisada.

181. Os *informativos* são a **segunda categoria** de programas mais frequente (14,9%), aproximando-se dos *infantis/juvenis*, considerando o peso que assumem no tempo total de emissão (26,6%).

182. Na RTP2, os programas *culturais/conhecimento* representam um décimo do total de programas exibidos em 2009 (10,1%) e mais de 15% do tempo total de emissão (15,6%).

183. A programação *desportiva* é mais significativa na RTP2 quando se considera o tempo de emissão (9,5%) do que quando se observa o número de programas exibidos (1,3%), em razão do próprio formato do espaço Desporto 2 (ocupa uma fatia considerável das tardes de fim-de-semana, sendo depois retransmitido).

184. De assinalar, também, a *frequência* de programas *institucionais/religiosos* (7,3%) e de *ficção* (6,3%), sendo que esta última ganha maior destaque em termos de *duração* (10,1% vs. 6,0%).

185. Os programas menos frequentes na RTP2 pertencem ao género *entretenimento* (0,7%), correspondendo-lhes igualmente a menor *duração* do total da programação (1,5%).

186. No *horário nobre* da RTP2, os *desenhos animados* são, em número, superiores aos demais géneros. Contudo, em *duração* destacam-se os *documentários* e os *serviços noticiosos*, obtendo os *desenhos animados* um peso relativo menor.

187. As *séries* são o género que mais perde peso no *horário nobre aos fins-de-semana*, o que contrasta com os dias de semana, altura em que possuem maior duração nesta faixa horária.

188. Os *serviços noticiosos* apresentam menor *duração* total durante o *horário nobre* dos fins-de-semana, embora com uma diferença pouco acentuada (27,5% vs. 24,1%).

189. Considerando as *funções da programação*, verifica-se que quer quanto ao número, quer quanto ao tempo de emissão, mais de metade dos programas emitidos pela RTP2 em 2009 cumpre a *função entreter* (51,8%), preenchida, maioritariamente, por *desenhos animados*, enquanto apenas um quarto desempenha a *função formar* (25,6%), preenchida essencialmente por programas *educativos infantis/juvenis* e *documentários*.

190. Cerca de **um em cada cinco** programas exibidos prossegue como *função* predominante *informar*, repartida, essencialmente, por *serviços noticiosos* e *magazines informativos*. *Promover/divulgar* regista o valor percentual mais reduzido.

SIC

191. Mais de dois terços dos programas emitidos pela SIC em 2009 (considerando o *número* de programas) recaem numa das seguintes categorias: *infantis/juvenis* (27,3%), *ficção* (25,6%) e *entretenimento* (23,3%).

192. Considerando, porém, a *duração*, surge primeiro o *entretenimento* (31,5%), seguindo-se a *ficção* (27,6%) e os *informativos* (21,7%). Em conjunto, estas três categorias somam mais de 80% da *duração* total da programação analisada em 2009.

193. No género *informativos*, os *serviços noticiosos* são os que ocupam mais tempo de emissão, surgindo em segundo lugar no que respeita ao número de programas emitidos. Na SIC não se registaram, em 2009, programas do género *comentário*.

194. A programação *infantil/juvenil*, mais frequente do que as restantes devido a formatos de dimensão mais reduzida, surge apenas na quarta posição quando se analisa a variável *duração* (15,8%), situação já verificada na RTP2. Dentro deste género, os *desenhos animados* superam nesta categoria todos os restantes em número de programas, embora não tenham idêntica expressão quando considerado o respectivo tempo de emissão.

195. À frente dos *desenhos animados*, em horas de emissão, encontram-se os *concursos/jogos*, os *talk shows*, as *telenovelas* e os *filmes/telefilmes*, géneros que, sendo menos exibidos, ocupam mais tempo de emissão.

196. Como categorias com *menor frequência* nas grelhas da SIC surgem os programas *culturais/conhecimento* (2,7%), *desportivos* (0,9%) e *institucionais/religiosos* (0,3%). Estas três categorias representam menos de 5% das opções deste operador, tanto em número de programas como de *duração*.

197. No ano de 2009, considerando o número e a *duração*, os programas difundidos pela SIC distribuem-se, fundamentalmente, por duas *funções* – *entretêr* e *informar* –, não obstante *entretêr* seja preponderante em **mais de três quartos dos programas emitidos** (77,0%). *Informar* é a segunda função mais relevante na programação da SIC (21,0%).

198. Do cruzamento entre as funções e os géneros televisivos, afere-se que na SIC a *função entretêr* é adensada sobretudo pela exibição de *desenhos animados*, *telenovelas* e *concursos/jogos*.

199. As funções *formar* e *promover/divulgar* apresentam **valores residuais** nas grelhas de emissão da SIC, com valores, respectivamente, de 1,8% e 0,3%.

200. Na programação do *horário nobre da SIC*, os *serviços noticiosos* ocupam a *primeira posição*. Os *concursos/jogos* e os programas de *humor* são também presenças frequentes neste horário. Estes três géneros em conjunto representam, em *frequência* e *duração*, mais de dois terços da programação em *horário nobre* da SIC.

201. Com valores abaixo de 10% neste período horário surgem *gêneros* como a **telenovela**, a **ficção de humor** ou os programas informativos de **reportagem**.

TVI

202. Na programação da TVI em 2009, a **ficção figura como a categoria mais presente** neste serviço de programas, considerando, quer o **número** de programas (30,8%), quer a sua **duração** (33,0%).

203. Os **informativos correspondem à segunda categoria** de gênero mais relevante em **frequência** (28,9%), sendo que o **entretenimento** surge como a segunda categoria mais representada atendendo à sua **duração** (30,6%).

204. Os programas **infantis/juvenis** são a terceira categoria mais frequente (17,8%) – muito próxima dos gêneros de **entretenimento** (17,1%) –, embora a sua **duração** registre um peso relativo manifestamente inferior (11,1%).

205. A **telenovela** é o gênero **mais frequente** na TVI e um dos que registam mais tempo de emissão, representando uma média de duas horas por dia. Os programas do gênero **talk show** são aqueles que obtêm uma **duração mais elevada**, com perto de três horas diárias de emissão.

206. No gênero **informativos**, os **serviços noticiosos** registam a terceira posição de maior relevo. Não se identificaram na TVI, em 2009, programas autónomos dos gêneros **entrevista** e **comentário**; o gênero **debate** possui presença residual.

207. A **frequência** de **concursos/jogos** e de **filmes/telefilmes** coloca estes dois *gêneros televisivos* com valores muito próximos dos **serviços noticiosos**. No entanto, a relação entre estes três gêneros altera-se quando se analisa a sua **duração**. Nesta variável, os **filmes/telefilmes** são, de entre os três, o gênero televisivo com maior **duração**, seguindo-se os **concursos/jogos** e os **serviços noticiosos**.

208. No que concerne aos gêneros de programas **menos frequentes na TVI**, destacam-se, com valores residuais, **institucionais/religiosos** (3,1%), **culturais/conhecimento** (1,1%) e **desportivos** (1,2%).

209. A análise da programação da TVI em 2009 revela que aproximadamente **dois terços** dos programas emitidos têm como função predominante **entreter**, sendo a segunda a **função informar**.

210. A **função entreter** corresponde essencialmente a **telenovelas**, mas também a **concursos/jogos**, **filmes/telefilmes**, entre

outros *gêneros televisivos*, tendo o período da noite como horário privilegiado.

211. A **função informar** concretiza-se, essencialmente, nos **serviços noticiosos**, **magazines informativos** e **informação meteorológica**.

212. Por outro lado, as **funções** menos frequentes na programação da TVI são **formar** e **promover/divulgar**.

213. No primeiro caso, os programas **educativos infantis/juvenis** cumprem a quase totalidade da **função** formativa na TVI.

214. Na TVI, **mais de 85% dos programas apresentados em horário nobre correspondem a dois gêneros: telenovelas e serviços noticiosos**. Considerando a sua duração, os mesmos dois *gêneros* acumulam quase 90% do tempo total de emissão deste período horário.

215. Mais de metade dos programas exibidos em **horário nobre** integram-se no gênero **telenovela**, correspondendo em **duração** a metade do tempo total de emissão deste período horário (50,0%). Os **serviços noticiosos** são, assim, o segundo *gênero* com maior número de presenças neste intervalo horário.

216. Na comparação entre **dias de semana e fins-de-semana**, assiste-se a uma redução do peso horário das **telenovelas** durante o **horário nobre** dos fins-de-semana. Mais reduzido nos fins-de-semana é também o tempo total de emissão ocupado pelos **serviços noticiosos** durante o **horário nobre**.

217. Em sentido inverso, regista-se a presença de **séries** e de **concursos/jogos** no **horário nobre** dos fins-de-semana de 2009, contra a sua ausência no **horário nobre** dos dias de semana.

RTPN

218. A análise dos *gêneros televisivos* na RTPN traduz a **especificidade temática** que constitui a matriz deste serviço de programas. Os **informativos** representam, na RTPN, cerca de 65% do total de programas exibidos, um peso que sai reforçado quando se atende ao valor que representam no tempo total de emissão (78,9%).

219. O predomínio desta categoria deve-se, essencialmente, à exibição de **serviços noticiosos**, *gênero* mais destacado no conjunto da programação deste canal, quer em **frequência** (37,5%), quer em **duração** (29,7%).

220. Destaca-se, também, a presença de **magazines informativos**, segundo gênero mais frequente (15,1%), representando mais de um quinto do tempo total de emissão (21,9%).

221. Os *debates* surgem como o quarto *género televisivo* com maior **frequência** em termos globais (8,7%), ocupando mais de um décimo do tempo total de emissão (12,1%). Encontram-se ainda entre os *géneros informativos* os programas de *reportagem* (1,9%), *edições especiais* (0,9%), *entrevista* (0,6%) e *comentário* (0,4%).

222. Os programas *culturais/conhecimento* constituem a segunda categoria de programação mais relevante, que representa cerca de um quinto do número total de programas (19,2%), sendo que em **duração** obtém um peso menos relevante (9,5%).

223. A segmentação dos *culturais/conhecimento* revela como *géneros* mais frequentes desta categoria os programas *educativos* e a *informação cultural (magazines culturais)*. Atendendo à **duração**, verifica-se uma inversão no peso relativo destes dois, com a *informação cultural (magazines culturais)* a ocupar mais tempo de emissão. Surgem ainda representados os programas dedicados a *artes e média, humanidades, ciências e documentários*.

224. Os *desportivos* também marcam presença na grelha da RTPN, representando cerca de um décimo do total de programas exibidos (10,7%), o que se deve sobretudo à presença de programas de *informação desportiva*.

225. A categoria *entretenimento* é aquela que obtém menor relevo na grelha da RTPN, correspondendo essencialmente à exibição de programas de *infotainment*, dado que reforça a especificidade temática deste serviço de programas.

226. A grande maioria dos programas que constam da grelha da RTPN prossegue como **função** predominante *informar* (83,0%). Esta função assume um peso relativo ainda mais relevante considerando a **duração** dos respectivos programas, os quais preenchem mais de 90% do tempo total de programação (92,6%).

227. Um em cada cinco programas emitidos pela RTPN em 2009 consiste numa *reexibição* (19,9%), o que corresponde também a cerca de um quinto do tempo total da sua emissão (19,4%). Os programas mais reexibidos são os *informativos*, seguidos dos *culturais/conhecimento* e *desportivos*.

228. O período da noite/madrugada absorve mais de metade das *reexibições* deste serviço de programas (56,8%). Os períodos da tarde e da manhã apresentam um índice de *reexibições* muito próximo entre si.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NA INFORMAÇÃO DIÁRIA – – RTP1, RTP2, SIC E TVI¹⁶

Em termos gerais:

229. A análise comparativa dos quatro blocos informativos de horário nobre dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI abrange o período de **1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2009**.

230. Foram analisadas **5037** peças noticiosas, das quais **1240** emitidas pelo Telejornal da RTP1 (46 edições), **1042** pelo Jornal 2 da RTP2 (46 edições), **1468** pelo Jornal da Noite da SIC (46 edições) e **1287** pelo Jornal Nacional da TVI (46 edições).¹⁷

231. O presente Relatório inclui, **pela primeira vez**, a análise da informação diária do bloco informativo da RTP2.

232. O ano de **2009 foi marcado por importantes acontecimentos políticos e partidários** que influenciaram a agenda noticiosa nacional. Entre eles, destacam-se, pelo seu impacto mediático, três actos eleitorais – eleições para o Parlamento Europeu, para as Autarquias Locais e para a Assembleia da República –, incluindo a formação de um novo Governo. Na agenda parlamentar, para além da apresentação e votação do programa do Governo, o ano foi marcado pelas sessões quinzenais de inter-pelação ao Executivo.

233. O ano de 2009 foi ainda marcado por casos polémicos devido a suspeitas de envolvimento de protagonistas da vida política e partidária, nos designados casos "BPN", "Freeport", "Face Oculta" e "Escutas Telefónicas em Belém", que mereceram larga cobertura informativa.

234. Entre as **políticas governativas** mereceram destaque as ligadas à saúde, nomeadamente a Gripe A e o "caso dos doentes oftalmológicos do Hospital de Santa Maria". O ano foi, ainda, caracterizado pelos efeitos da crise financeira e económica, designadamente a nível laboral, em torno do aumento do desemprego e do encerramento de empresas. Do ponto de vista da segurança interna, destacaram-se as derrocadas em praias do Algarve. Do ponto de vista judicial, mereceu, ainda, atenção o "caso da menina russa".

235. No **contexto internacional**, a agenda noticiosa destacou o acompanhamento do primeiro ano da presidência de Barack Obama, a continuidade da cobertura dos conflitos no Médio

¹⁶ A análise por serviço de programas encontra-se desenvolvida no Volume II do Relatório.

¹⁷ A definição da amostra e a definição dos indicadores encontram-se no Volume II, Anexo I do Relatório.

Oriente e a actualidade ligada às políticas europeias. A “pandemia” da Gripe A marcou também a agenda internacional, a par, no plano cultural, da mediatização da vida e obra do cantor Michael Jackson, na sequência do seu falecimento.

236. A informação emitida pelos quatro serviços de programas generalistas de âmbito nacional – RTP1, RTP2, SIC e TVI – nos seus principais blocos informativos reflecte este pano de fundo. De facto, analisando comparativamente a informação emitida, verifica-se que **persistem em 2009 tendências já identificadas em 2007 e 2008, revelando padrões noticiosos consistentes nos serviços de programas RTP1, SIC e TVI. Porém, em alguns casos, nem sempre de forma consentânea com os princípios da diversidade, do pluralismo cultural e social e do rigor informativo.**

237. Em termos gerais, a análise comparativa de três dos serviços de programas mostra **aproximação das agendas jornalísticas patente na selecção e hierarquização dos temas, protagonistas e fontes que são objecto de cobertura.** Essa aproximação de agendas verifica-se também na **omissão ou sub-representação de temas, protagonistas e fontes que traduzam a diversidade cultural do país,** nomeadamente **grupos minoritários associados, em especial, à imigração, a cidadãos portadores de deficiência e às comunidades religiosas.**

238. Persiste, assim, em 2009, a **ausência de uma clara diferenciação do primeiro serviço de programas do operador público relativamente aos privados,** quer quanto aos temas, como quanto aos protagonistas ou às fontes de informação mais presentes nos principais blocos informativos destes três serviços de programas.

239. A situação repete-se quanto à **escassez da cobertura conferida a temas culturais,** com valores que se situam entre 3,5% a 4,3% dos temas identificados. A excepção é o Jornal 2 – RTP2 –, onde os temas culturais representam 10,4%, devido, sobretudo, à cobertura de assuntos e protagonistas da área da cultura na rubrica “Cartaz”.

240. As **assimetrias de género dos protagonistas** das peças noticiosas são um padrão que persiste em 2009, na continuidade de 2007 e 2008. De facto, a maioria dos protagonistas dos noticiários é do **género masculino,** a grande distância dos protagonistas do **género feminino.**

241. Também a **diversidade geográfica** é reduzida nos quatro serviços de programas, onde os acontecimentos reportados se localizam, predominantemente, na região da Grande Lisboa, sendo igualmente comum a presença residual de peças sobre temas ou protagonistas focados em regiões como o *Alentejo* (1,4% a 3% das peças), o *Algarve* (1,6% a 3,6%) e as *Regiões Au-*

tónomas, estas com valores entre 0,3% a 1,9%, referindo-se os valores mais baixos à Região Autónoma dos Açores.

242. No que se refere ao **contexto geográfico internacional,** o Jornal 2 da RTP2 destaca-se claramente, denotando um perfil editorial mais internacionalizado que os restantes blocos informativos, não obstante o **continente africano continuar a ter menor valor noticioso nos quatro serviços de programas** (3,4% a 5,4%), em particular considerando os **países africanos de língua oficial portuguesa** (28 peças num total de 5037), situação já assinalada em 2007 e 2008. Embora com um pouco mais de relevo na RTP2 e na RTP1, a presença desses países continua residual.

243. A mediatização de questões no âmbito da **União Europeia** levou, em 2009, a um incremento das peças sobre países europeus nos quatro serviços de programas (39% a 47,2% dos países estrangeiros), bem como sobre o *continente americano,* com destaque para os Estados Unidos da América, devido à cobertura da actividade do Presidente Obama, e para o Brasil (15,1% a 19,8%).

244. A maior frequência da **informação política internacional** nos blocos informativos do operador público – Jornal 2 (12,1%) e Telejornal (7,2%) – comparativamente aos blocos informativos dos operadores privados (SIC 5,8%; TVI 5,3%), constitui, contudo, **elemento de distinção da informação do operador público, mais consistente na RTP2.**

245. Por outro lado, a **duração média,** mais reduzida, dos blocos informativos do operador público – Jornal 2 (38m37s) e Telejornal (50m57s) –, relativamente à dos blocos informativos dos operadores privados (SIC 1h01m08s; TVI 1h00m44s), **aproxima, neste indicador, a RTP2 dos modelos de televisão pública europeus,** mantendo-se a RTP1 ainda relativamente longe da sua maioria.

246. Persiste em 2009 uma percentagem elevada de **informação não atribuída** nos blocos informativos, quer do operador público (22% RTP2; 11,8% RTP1;) quer dos operadores privados (21,1% SIC; 11,6% TVI), o que **significa menor rigor conferido à informação,** com especial incidência na RTP 2 e na SIC. Note-se, contudo, que, em 2009, se regista uma tendência para o acréscimo da percentagem de fontes identificadas face a 2007 e 2008.

247. Por outro lado, as peças em que a informação é atribuída a uma **fonte única** apresentam em 2009 valores elevados nos quatro serviços de programas (41,5% TVI; 40,1% RTP2; 39,1% SIC; 37,3% RTP1), não obstante se verifique um acréscimo de peças que consultam **fontes de informação múltiplas,** traduzindo, tendencialmente, um maior pluralismo e diversidade neste indicador relativamente a 2007 ou a 2008. Observa-se, porém,

que, apesar de o número de peças com *fontes de informação múltiplas* ter aumentado, essas fontes são, na sua maior parte, e nos quatro serviços de programas, *fontes consonantes*.

248. De notar, ainda, que na maior parte das peças que requerem uso do *princípio do contraditório*, isto é, em que se identificam interesses atendíveis, os quatro serviços de programas respeitam, tendencialmente, esse princípio. A RTP1 emitiu em 2009 a maior percentagem de peças com contraditório.

Quanto à cobertura da política nacional

249. Num ano em que se realizaram três actos eleitorais e em que várias investigações envolvendo altas figuras do Estado foram mediatizadas, a *política nacional*, em especial a actividade partidária e governativa, foi objecto de grande cobertura nos quatro serviços de programas em 2009, atingindo os valores mais elevados entre os temas abordados (29,7% RTP2; 26,5% TVI; 25,3% RTP1; 20,3% SIC).

250. Paralelamente, também os *protagonistas* e as *fontes oriundas da área da política nacional* atingiram os valores mais elevados nos respectivos indicadores: 28% RTP2; 26% TVI; 24,5% RTP1; 20,3% SIC, para os *protagonistas*, e 29% RTP2; 26,3% RTP1; 24,5% TVI; 20,6% SIC, para as *fontes de informação*.

251. A mediatização da *política nacional* traduz-se também, em 2009, no seu predomínio como *tema de abertura* mais frequente nos blocos informativos dos quatro serviços de programas (29,2% a 34,8% dos temas de abertura referem-se a temas de *política nacional*), em particular na TVI e na RTP2.

252. A natureza político-partidária de grande número de peças emitidas nos quatro serviços de programas em 2009 está patente no facto de a maior parte dos *protagonistas* políticos nacionais serem *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos* (nomeadamente, os do CDS/PP e do PSD): 32,2% na RTP2; 30,9% na RTP1; 25,4% na TVI; 21,8% na SIC. E quando se agregam as categorias de *protagonistas que representam os partidos políticos* (*secretários-gerais* e *presidentes dos partidos, cabeças de lista, deputados e líderes parlamentares, militantes e membros político-partidários, notáveis e históricos dos partidos, membros das listas/mandatários das candidaturas, dirigentes partidários locais, distritais e regionais e porta-vozes de partidos políticos*) obtêm-se valores ainda mais elevados: 56,4% na RTP2; 54,2% na RTP1; 47,5% na TVI; 46,2% na SIC.

253. Os *protagonistas da área governamental* ocupam também posição relevante nas peças emitidas em 2009 nos blocos informativos em análise. O *primeiro-ministro* surge como protagonista em 11,7% na SIC; 11,5% na RTP1; 11% na RTP2; 10,7% na TVI. Por seu turno, os *ministros* surgem na categoria de protagonistas em 19,5% na SIC; 16,1% na TVI; 15,4% na RTP2; 14,1% na RTP1. Agregando as categorias de *protagonistas que representam o Governo nacional* (*primeiro-ministro, ministros e secretários de Estado*), obtêm-se os seguintes valores: 32,9% na SIC; 29,8% na TVI; 27,8% na RTP2; 27,2% na RTP1.

254. Considerando apenas os *protagonistas* que surgem nas peças analisadas associados a uma determinada *pertença político-partidária*¹⁸, os *membros do Governo* representam 37,5% no Jornal da Noite, da SIC; 35,3% no Jornal Nacional, da TVI; 31,3%, no Jornal 2, da RTP2; 31% no Telejornal, da RTP1.

255. Os *protagonistas do PSD* representam no Jornal 2, da RTP2, 15,4%; no Jornal Nacional, da TVI, 14,7%; no Jornal da Noite, da SIC, 14,6%; no Telejornal, da RTP1, 13,1%.

256. Os *protagonistas do PS* representam 14,2% no Jornal da Noite, da SIC; 12,7% no Telejornal, da RTP1; 10,5%, no Jornal Nacional, da TVI; no Jornal 2, da RTP2, 15,4%, valor igual ao obtido pelo PSD.

257. Os *protagonistas do CDS/PP* representam no Telejornal, da RTP1, 10,8%; no Jornal Nacional, da TVI, 10,5%; no Jornal 2, da RTP2, 9,7%; no Jornal da Noite, da SIC, 8%.

258. Os *protagonistas do PCP/CDU* representam no Telejornal, da RTP1, 9%; no Jornal Nacional, da TVI, 8,7%; no Jornal 2, da RTP2, 8,5%; e no Jornal da Noite, da SIC, 4,6%.

259. Os *protagonistas do BE* representam no Telejornal, da RTP1, 9%; no Jornal 2, da RTP2, 8,5%; no Jornal Nacional, da TVI, 5,9%; e no Jornal da Noite, da SIC, 4,2%.

260. Os *protagonistas do PEV* são os menos presentes na amostra. O Telejornal, da RTP1, tem duas peças e o Jornal 2, da RTP2, tem uma única peça com um *protagonista* pertencente ao PEV. O Jornal da Noite, da SIC, e o Jornal Nacional, da TVI, nos dias da amostra, não têm *protagonistas* do PEV.

261. Nos dias incluídos na amostra, a presença de *protagonistas* pertencentes a *partidos extra-parlamentares* foi residual nos

¹⁸ Os dados relativos à RTP1, constantes deste capítulo, não são susceptíveis de comparação com os dados do Relatório de Avaliação do Pluralismo Político-partidário no Serviço Público. Isto deve-se ao facto de os períodos temporais analisados não serem absolutamente coincidentes, bem como os indicadores utilizados. Acresce que as peças incluídas neste Relatório não se cingem ao campo político-partidário, abrangendo outros actores para além de membros do Governo e dos partidos.

quatro serviços de programas, embora tal situação seja menos notória na SIC, que **também diversifica mais a representação paritidária**.

Outras temáticas com presença relevante na informação diária

262. Os temas da categoria **ordem interna**, abrangendo questões associadas à segurança interna de pessoas e bens, nomeadamente a **crimes e violência** e a **acidentes e catástrofes** enquadrados ou não como **casos de justiça**, continuam em 2009 a merecer grande destaque nos quatro serviços de programas generalistas, encontrando-se entre os três temas mais frequentes nos quatro blocos informativos, maior na SIC, menor na RTP2 – 15,3% na SIC; 13,9% na TVI; 12,7% na RTP1; e 11,2% na RTP2.

263. O tema **desporto** está fortemente representado em três dos quatro serviços de programas: 14,6% na TVI, 12,5% na RTP1 e 11,2% na SIC, a grande distância dos valores apurados no Jornal 2 da RTP2, onde representa 2,9% dos temas noticiados. A **omnipresença do futebol** continua a ser um **padrão comum** na informação desportiva, com prejuízo da cobertura de **outras modalidades** (13,1% na TVI; 10,3% na SIC; 10,2% na RTP1; 1,9% na RTP2).

Acontecimentos da agenda informativa televisiva em 2009	%				Total
	Telejornal RTP1	Jornal 2 RTP2	Jornal da Noite SIC	Jornal Nacional TVI	
Gripe A	22,0	18,4	17,4	17,0	18,7
Freeport	13,9	15,3	14,6	16,6	15,0
BPN	9,0	12,1	8,0	14,9	10,8
Face Oculta	9,4	12,6	8,0	8,9	9,5
Transferência Cristiano Ronaldo	5,7	2,1	11,8	6,0	6,9
Conflito no Médio-Oriente	4,9	7,4	4,5	5,1	5,3
Casos de Cegueira no Hospital Santa Maria	4,5	5,8	3,1	3,4	4,1
BPP	3,3	3,2	4,2	4,3	3,8
Avião Air France	3,7	1,1	4,5	3,0	3,2
Morte Michael Jackson	3,7	2,1	3,1	2,6	2,9
Derrocadas Praias Albufeira	2,0	2,1	2,4	3,0	2,4
Casamento Homossexual	2,0	2,6	2,1	2,1	2,2
Testamento Vital	2,9	2,1	2,4	0,9	2,1
Empresa Qimonda	2,4	1,6	1,7	2,1	2,0
Alexandra "menina Russa"	2,0		3,1	1,7	1,9
Escutas telefónicas Belém	1,2	3,2	1,4	1,7	1,8
Maddie McCann	1,6	0,5	2,4	1,7	1,7
Casa Pia	1,2	1,6	1,7	1,7	1,6
Cimeira Ambiental Dinamarca	0,8	2,1	1,7	1,7	1,6
Cimeira G-20	2,4	2,6	0,7	0,4	1,5
BCP	1,2	1,6	0,7	1,3	1,1
Total	100	100	100	100	100

Nota: Total de peças emitidas e analisadas nos quatro blocos informativos = 5037, RTP1 = 1240, RTP2 = 1042, SIC = 1468, TVI = 1287. Valores em percentagem.

264. Em 2009, os quatro serviços de programas conferem relevo à **informação económica e financeira** devido às consequências da crise financeira e económica e ao acentuar da problemática em torno da situação de alguns bancos nacionais, apresentando valores aproximados em três dos serviços de programas analisados (RTP1, 8,7%; RTP2, 8%; SIC, 8,1%), sendo estes mais baixos na TVI (6,4%).

265. Por seu turno, o tema **relações laborais** é pouco saliente nos quatro serviços de programas, sendo ligeiramente mais frequente enquanto tema dominante na TVI e na RTP2 do que na RTP1 ou na SIC: 3,5% na RTP1; 4,4% na RTP2; 3,2% na SIC; 4,9% na TVI. O subtema **emprego/desemprego** é o mais representado nesta categoria, sendo mais saliente na TVI e menos na RTP1.

266. Durante o ano de 2009, vários acontecimentos e problemáticas, mercê da sua singularidade, mereceram **cobertura continuada** nos blocos informativos dos operadores públicos e privados. A sua projecção ultrapassou o momento em que aconteceram, tornando-se "assuntos dossier".¹⁹

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

267. No que respeita ao **cumprimento dos horários de programação**, em 2009, manteve-se a tendência já anteriormente registada, de **redução do número de irregularidades ao longo do ano**, apenas contrariada pelos dados apurados nos meses de Julho e Setembro, com um aumento acentuado das irregularidades no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas. Em Janeiro ocorreram 44 desvios dos horários da programação anunciada e, em Dezembro, apenas 20 casos, no conjunto dos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI.

268. O maior número de **casos de desvio dos horários anunciados** registou-se na RTP1, seguindo-se a SIC, a RTP2 e, por fim, a TVI.

269. O maior número de **casos de alteração dos programas anunciados** ocorreu na RTP2, seguindo-se a RTP1, a SIC e a TVI, serviço no qual se registou o menor número de situações.

270. Tendo presente as situações de excepção previstas no n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão, que justificam o afastamento das exigências previstas no n.º 2 da referida norma, foram tidas como justificadas 316 das 417 situações de alterações do horário da programação, sendo justificadas 117 das irregularidades

¹⁹ Os dados referem-se a casos específicos e circunscritos temporalmente, pelo que o método amostral é menos eficaz, mostrando tendências reportáveis apenas aos dias incluídos na amostra.

registadas na RTP 1, 86 das ocorridas na SIC, 75 das apuradas na RTP 2 e 38 das verificadas na TVI.

271. Também foram justificados 122 dos 137 casos de alterações da programação, perfazendo um total de 43 justificações para a RTP 1 e RTP 2, 21 para a SIC e 15 para a TVI.

272. Comparados os resultados de 2009 com os de 2008, confirma-se a **evolução positiva**, com uma redução global superior a 60% do número de desvios ao horário anunciado. Já no que respeita a alterações dos programas anunciados, verifica-se uma redução de apenas 7% das ocorrências relativamente às de 2008.

273. No que respeita a **desvios dos horários**, salientam-se os progressos registados no serviço de programas generalista SIC, que reduziu em mais de 70% o volume de situações de alteração dos horários. Tal como em anos anteriores, comparativamente com os restantes serviços de programas, **a TVI continuou a revelar-se como o serviço de programas mais rigoroso no cumprimento do artigo 29.º da Lei da Televisão.**

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

274. Relativamente à difusão de **programas originariamente em língua portuguesa**, evidenciaram-se os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional, RTP África, SIC Internacional e SPORT TV África, ultrapassando a percentagem de 50% a que estão obrigados, com valores superiores a 90%.

275. Os serviços generalistas RTP1, SIC e TVI ultrapassaram os 70%. Os serviços temáticos de informação, RTPN, SIC Notícias, RNTV, PORTO CANAL e TVI 24 alcançaram valores superiores a 80%. A quota legal foi, ainda, ultrapassada por outros serviços de programas temáticos, dos quais se destacaram o Benfica TV, que alcançou cerca de 99%, e MVM, com 91%. Quanto aos **serviços de programas dedicados ao desporto**, somente a SPORT TV 3 ficou aquém do valor preconizado.

276. Por último, registaram-se resultados pouco expressivos nos serviços temáticos de cinema e séries do operador ZON Conteúdos, cujos resultados não alcançaram os 2%, devido ao facto de o modelo de emissão destes serviços se dedicar sobretudo a programas de ficção norte-americanos.

277. Quanto aos **programas originariamente em língua portuguesa de natureza criativa**, aos quais deve ser reservado um mí-

nimo de 20% da totalidade da emissão, o valor mais elevado, no conjunto dos serviços de programas generalistas, foi obtido pela RTP1 (com 49%), tendo os serviços SIC e TVI ultrapassado os 40%, registando-se o valor mais baixo na RTP2, com 28%.

278. Com o objectivo de observar o dinamismo da produção audiovisual, foram apurados os valores da produção **nacional proveniente de produtores independentes nos serviços de programas de acesso não condicionado livre** – RTP1, RTP2, SIC e TVI –, tendo a SIC e a TVI registado os valores mais elevados de 33% e 24%, respectivamente. Já no que respeita ao apuramento dos valores referentes à produção nacional, nos serviços generalistas, os valores mais significativos registaram-se na TVI e na RTP2, respectivamente de 75% e 43%.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

279. No que se refere à obrigação de **difusão de obras europeias**, a RTP 1 e a RTP2 alcançaram a quota exigida (superior a 50%), **destacando-se a TVI, com mais de 65%**; a SIC foi o operador que alcançou uma percentagem mais reduzida, de 49%. É de salientar que os serviços de programas televisivos de âmbito internacional, RTP Internacional e SIC Internacional, atingiram valores de cerca de 90%. Evidenciou-se, pelo aumento significativo da percentagem de difusão de obras europeias comparativamente com o alcançado no ano de 2008, o serviço de programas SIC Radical, que alcançou um valor de 52%. De entre os serviços de programas temáticos, o MVM foi o que mais se destacou, incluindo 95% de produção europeia na sua emissão.

280. Destacam-se, pela negativa, serviços disponibilizados pelo operador ZON Conteúdos (TVCine, TVC1, 2, 3, 4 e MOV), nos quais a **percentagem de difusão de obras europeias se encontra abaixo do limiar exigido pela Lei**, sendo o valor mais elevado alcançado pelo TVC 2, com 17%, seguido do TVC 1, com cerca de 14%, TVCine, com 13%, e TVC 4 e MOV, não alcançando 10% de difusão de obras europeias.

281. Relativamente à **produção independente**, o valor indicado na Lei da Televisão para a produção independente recente, 10%, foi ultrapassado pela generalidade dos serviços de programas, **tendo a RTP2, no conjunto dos serviços de acesso não condicionado livre, obtido um dos valores mais elevados, 38%**. De entre os serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, a SIC Internacional foi a que obteve a percentagem mais elevada, de 52%, e, em pólo oposto, estão a MVM, a TVC3 e o MOV, que não alcançaram a quota de 10%. O serviço MTV Portugal não exibiu qualquer obra de produção independente.

282. No âmbito da análise efectuada de acordo com os critérios do artigo 5.º da Directiva SCSA, pela qual se procura apurar o **respeito pela difusão de uma quota mínima de 10% de obras europeias recentes provenientes de produtores independentes**, para tal consideradas as obras difundidas num lapso de tempo de 5 anos após a sua produção, os serviços de programas analisados apresentaram resultados satisfatórios, tendo ultrapassado, na sua maioria, a quota indicada, com excepção dos serviços MVM, TVC3, MOV e MTV Portugal.

283. Grande parte das obras a que se referem os pontos anteriores foi exibidas no prazo de cinco anos após a sua produção, exceptuando o serviço RTP Memória, que exhibe obras de arquivo.

INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

284. No ano de 2009, verificou-se um **aumento de casos de excesso de difusão de publicidade por hora, nos serviços de programas SIC e TVI, e uma diminuição desse volume na RTP1** ²⁰.

285. Na avaliação do tempo dedicado aos **intervalos publicitários** – onde se incluem as autopromoções, os patrocínios e a publicidade comercial e institucional –, observou-se que, num total de emissão por canal de cerca de 8760 horas, nos quatro serviços analisados, **o serviço de programas que mais tempo dedicou a estes espaços foi a TVI**, seguindo-se a SIC, a RTP1 e a RTP2 (recorda-se que a RTP2 não emite publicidade comercial).

286. No que respeita à **avaliação do impacto das autopromoções na duração dos intervalos, a SIC destaca-se como o serviço que mais tempo dedicou a este tipo de mensagens**, seguindo-se a TVI, a RTP1 e a RTP2.

287. A SIC foi, também, o serviço que preencheu mais tempo de emissão com a apresentação de patrocínios junto das autopromoções e dos respectivos programas, seguindo-se a TVI, a RTP1 e a RTP2.

288. Comparados os resultados obtidos no ano 2008 com os valores de 2009, registou-se uma redução do tempo dedicado aos intervalos publicitários na RTP2 e na TVI; quanto às **autopromoções**, a redução dos períodos de tempo reservados à sua emissão foi verificada em todos os serviços; no que se refere aos **patrocínios** junto das autopromoções e dos respectivos programas, a tendência foi de decréscimo na RTP1 e na TVI, tendo a SIC e a RTP2 dedicado um período superior ao registado em 2008.

NOVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

289. Em 2009, foram autorizados pela ERC nove novos serviços de programas televisivos, dos quais **três são temáticos infantis/juvenis** (Canal Panda, Biggs e Sic K), **dois de cinema** (MOV e Hollywood), **dois de informação** (TVI 24 e Económico TV), **um de conteúdos de natureza sexual para adultos** (Hot TV) e **um de música** (MTV Portugal). Todos estes serviços de programas, à excepção do *HOT TV* (que apenas está disponível ao público mediante o pagamento de uma contrapartida específica) são de **acesso não condicionado com assinatura**. Relativamente **aos níveis de cobertura destes serviços de programas, todos são de âmbito nacional**, uma vez que se destinam a abranger a generalidade do território português, incluindo as Regiões Autónomas.

INDICADORES DO MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

290. No ano de 2009, nos quatro serviços de programas generalistas, verifica-se que o serviço de programas com maior número de horas de emissão dedicado à **produção independente nacional e estrangeira** foi a RTP2 e, com menor número, a RTP1.

291. O serviço de programas que dedica mais horas de emissão a programas de primeira exibição, do total de programas apurado de produção independente nacional e estrangeira, é a RTP2, seguida da SIC, RTP1 e, com menor número de horas, a TVI.

292. Relativamente às repetições de programas de produção independente nacional e estrangeira, dos quatro serviços de programas generalistas, a RTP 1 foi a que apresentou o menor número de horas dedicadas às repetições, tendo-se registado o maior número na RTP2.

293. Quanto aos **serviços de programas temáticos de cinema e séries**, o serviço de programas TVC2 foi o que preencheu mais tempo de emissão com primeiras exibições, enquanto o serviço MOV registou menos tempo no conjunto dos cinco canais. Já nas repetições, foi o MOV a dedicar mais tempo e a TC2 a dedicar menos.

294. Relativamente a **2008, registaram-se, no conjunto dos quatro** serviços generalistas, descidas tanto nos programas de 1.ª exibição, como nos de repetição. Comportamento idêntico registou-se nos cinco serviços de programas temáticos.

295. No que se refere à **produção nacional independente**, observou-se que a RTP1 ocupou o maior percentual com obras de

²⁰ Note-se que o padrão aqui tomado como referência é o estabelecido na Lei da Televisão (sujeito a fiscalização da ERC) e não o fixado à RTP pelo respectivo contrato de concessão (cuja observância é verificada pelo membro do Governo competente).

1.ª exibição e a RTP2 o menor, com a SIC e a TVI a revelarem valores aproximados aos do primeiro canal de serviço público. Ao nível das repetições, mais uma vez, manifestou-se a tendência oposta, com a RTP2 a registar a maior percentagem de repetições e a RTP1 a menor.

296. Os valores apurados nos **serviços temáticos** revelam o reduzido peso da produção nacional independente na sua programação, tendo o máximo sido registado pelo serviço de programas TVC1 com 2,5%. O TVC3 atingiu o maior percentual nos programas de 1.ª exibição e o menor nos programas de repetição.

297. Confrontados os valores com os de 2008, no conjunto dos quatro serviços generalistas, assinalou-se um acréscimo na 1.ª exibição de programas e um decréscimo nas repetições. Os cinco

serviços temáticos, no seu conjunto, registaram um aumento no número de horas tanto das 1.ªs exibições, como das repetições.

298. No que diz respeito aos **géneros de programas de produção nacional independente de 1.ª exibição**, verificou-se que existe desequilíbrio nos géneros produzidos, centrando-se esta actividade predominantemente no **entretenimento** (cerca de 83% da programação dos serviços generalistas em sinal aberto).

299. A avaliação efectuada ao **impacto da produção audiovisual independente** nos serviços de programas de acesso não condicionado livre e nos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, temáticos de cinema e séries, revela uma **expressiva dependência de conteúdos provenientes dos EUA**.