



RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

APRESENTAÇÃO

SUMÁRIO EXECUTIVO

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

CARACTERIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS GRUPOS ECONÓMICOS
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIREITO DE RESPOSTA E DE RETIFICAÇÃO

OS MEIOS

RADIODIFUSÃO SONORA

VOLUME

1

FICHA TÉCNICA

Título **RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013**

Supervisão geral **Conselho Regulador**

Edição **ENTIDADE REGULADORA PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL**
Av. 24 de Julho, 58 – 1200-869 LISBOA
Tel. **21 010 70 00**
Fax **21 010 70 19**
Internet **www.erc.pt**
E-mail **info@erc.pt**

Coordenadores de áreas **Ana Mira Godinho**
José Paulo Correia de Matos
Marta Carvalho
Tânia Soares

Revisão **Túlia Semírames Marques**

Conceção Gráfica **Ricardo Caiado**

ISSN **1647-8959**

Lisboa, dezembro de 2014

ÍNDICE

Apresentação

- 9 **Apresentação**
A PERGUNTA DE PARSIFAL

Sumário Executivo

- 12 **SUMÁRIO EXECUTIVO**
13 A ERC em 2013 – Números mais significativos
13 Deliberações do Conselho Regulador
13 Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2013
14 Processos contraordenacionais aprovados em 2013
15 Violações dos vários meios ao artigo 27.º da Lei da Televisão
16 Os Meios – Oferta e Consumos de *Media*
17 Investimento Publicitário – A evolução do mercado nos últimos 10 anos
17 Registos dos meios e órgãos de comunicação social
18 Sondagens
19 Radiodifusão sonora
20 Televisão – Pluralismo e diversidade nos Serviços de Programas Televisivos – Análise da Programação – *RTP1, RTP2, SIC e TVI*
27 Anúncio da Programação
27 Difusão de obras audiovisuais: defesa da língua portuguesa
28 Difusão de obras audiovisuais: Produção europeia e independente
28 Publicidade televisiva
28 O Mercado audiovisual português
29 **A ERC EM 2013 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS**

Deliberações do Conselho Regulador

- 32 **1. A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS**
33 1.1. Televisão
33 1.1.1. Autorizações
33 1.1.2. Conteúdos

- 35 1.1.3. Direito de Resposta
35 1.1.4. Outros
35 1.1.5. Publicidade
35 1.1.6. Pluralismo
36 1.1.7. Obrigações de Programação
36 1.2. Imprensa
36 1.2.1. Conteúdos
37 1.2.2. Direito de Resposta
40 1.2.3. Outros
40 1.2.4. Publicidade
40 1.2.5. Pluralismo
40 1.3. Rádio
40 1.3.1. Autorizações
43 1.3.2. Conteúdos
44 1.3.3. Licenças
44 1.3.4. Pluralismo
44 1.4. Internet
44 1.4.1. Conteúdos
45 1.4.2. Outros
45 1.5. Diversos
45 1.5.1. Outros
45 1.5.2. Pluralismo
45 1.6. Sondagens
48 1.7. Direitos dos Jornalistas
49 1.8. Pareceres
49 1.9. Decisões de Processos Contraordenacionais

Iniciativas de Regulação (Propostas, Projetos, Conferências e Protocolos)

- 54 Proposta de medida legislativa sobre debates eleitorais
54 Projeto *Media* e a Saúde Mental
55 Defesa da Acessibilidade aos Meios Audiovisuais
55 Ação junto dos cidadãos para compreenderem e utilizarem criticamente a informação televisiva
55 V Conferência Anual da ERC
56 2.º Congresso Literacia, *Media* e Cidadania
56 Protocolo de cooperação ERC/Procuradoria-Geral da República

ÍNDICE

Processos contraordenacionais concluídos em 2013

58 Processos contraordenacionais concluídos em 2013

Violações dos Vários Meios ao Artigo 27.º da Lei da Televisão

62 Violações dos Vários Meios ao Artigo 27.º da Lei da Televisão

Os Meios

68 OFERTA E CONSUMOS DE MEDIA

- 68 1. Nota introdutória
- 68 2. 2013: mais convergente, mais digital
- 69 3. Televisão
 - 69 3.1. O mercado da televisão
 - 70 3.2. Oferta televisiva
 - 71 3.3. Audiências televisivas
- 75 4. Rádio
 - 75 4.1. Paisagem radiofónica
 - 75 4.2. Audiências de rádio
- 76 5. Imprensa
- 78 6. Internet
- 79 7. Síntese
- 80 Síntese conclusiva
- 81 Anexo ao capítulo – Informação detalhada sobre a circulação de imprensa por segmentos

83 INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

- 83 1. Introdução
- 83 2. Distribuição do investimento publicitário por meio (estimativas Marktest)
 - 84 2.1. Distribuição do investimento publicitário em televisão (estimativas Marktest)
 - 84 2.2. Distribuição do investimento publicitário em rádio (estimativas Marktest)

- 85 2.3. Distribuição do investimento publicitário em imprensa (estimativas Marktest)
- 85 3. Distribuição do investimento publicitário por meio (estimativas do OmnicomMediaGroup)
- 86 4. Prospetivas globais e o caso de Portugal
- 88 Síntese conclusiva
- 89 Anexo ao capítulo referente ao Investimento Publicitário

91 REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- 91 1. Introdução
- 91 2. Órgãos de comunicação social sujeitos a registo
- 93 3. Atos registais praticados em 2013 – inscrições, averbamentos e cancelamentos
 - 93 3.1. Inscrições
 - 94 3.2. Averbamentos
 - 94 3.3. Cancelamentos
- 95 4. Caracterização do universo dos registos dos órgãos e meios de comunicação social
 - 95 4.1. Publicações periódicas
 - 95 4.2. Empresas jornalísticas
 - 95 4.3. Empresas noticiosas
 - 95 4.4. Operadores radiofónicos
 - 95 4.5. Operadores de televisão
 - 95 4.6. Operadores de distribuição
 - 95 4.7. Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet
- 95 5. Síntese conclusiva
- 96 Anexo único

97 SONDAGENS

- 97 Introdução
- 97 1. Caracterização geral das sondagens
 - 97 1.1. Entidades credenciadas
 - 99 1.2. Depósitos
 - 100 1.3. Temas abordados
 - 100 1.3.1. Abordagem dos temas das sondagens
 - 100 1.3.2. Os temas abordados em 2013
- 101 2. Características metodológicas das sondagens
 - 101 2.1. Método de recolha das sondagens
 - 101 2.2. Método de seleção de amostras
 - 101 2.3. Âmbito geográfico dos estudos
 - 102 2.4. Dimensão das amostras

ÍNDICE

103	3. Divulgação de sondagens	125	2.1. Apuramento automático
103	3.1. Enquadramento	126	2.2. Análise por amostragem
105	3.2. Divulgadores de Sondagens	127	3. Quotas de música portuguesa – rádios regionais
105	3.3. Tipologia dos órgãos de comunicação	127	3.1. Operador regional sul – <i>M80 Rádio</i>
106	3.4. Imprensa	128	4. Quotas de música portuguesa – rádios nacionais
107	3.5. Televisão	128	4.1. <i>RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial</i>
107	3.6. Rádio	129	5. Análise evolutiva 2008-2013
107	3.7. Internet	129	5.1. Operadores locais
108	4. Os estudos eleitorais em 2013	130	5.2. Operador regional
108	4.1. Características	131	5.3. Operadores nacionais
110	5. Procedimentos e deliberações	132	6. Regime de exceção
110	5.1. Número de procedimentos desencadeados e encerrados	133	Síntese conclusiva
112	Síntese conclusiva	134	QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – – SERVIÇO PÚBLICO
113	Glossário	134	1. Notas introdutórias
113	Anexo ao capítulo das Sondagens	134	1.1. Objetivos
		134	1.2. Metodologia
		134	2. <i>Antena 1</i>
		134	2.1. Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 60 % de música portuguesa
		135	2.2. Emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia
		135	2.3. Emissão de uma percentagem não inferior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses
		136	3. <i>Antena 3</i>
		136	3.1. Apuramento do cumprimento da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão
		136	3.2. Emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia
		137	3.3. Emissão de uma percentagem não inferior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses
		137	Síntese conclusiva

Radiodifusão Sonora

118 TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

118	1. Notas introdutórias
118	2. Atribuição e renovação de licenças de rádio de operadores de âmbito local
118	3. Atividade de fiscalização
119	4. Alterações do projeto de radiodifusão
119	4.1. Notas introdutórias
119	4.2. Modificação do projeto aprovado
120	4.3. Alteração de denominação
121	5. Detentores do controlo da empresa
121	5.1. Notas introdutórias
122	5.2. Alteração ao controlo do capital social
123	5.3. Cessão de serviços de programas e respetivas licenças
123	Síntese conclusiva

124 QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

124	1. Nota introdutória
124	1.1. Objetivos
124	1.2. Critério e metodologia
125	2. Quotas de música portuguesa – rádios locais



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO

A PERGUNTA DE PARSIFAL

Na lenda de Parsifal há uma pergunta fundamental que o cavaleiro medieval não faz por uma questão de cortesia, educação e cavalheirismo. Porquê?

Nos tempos que correm diríamos que essa era a pergunta politicamente incorreta. Mas também a pergunta óbvia. E seria, além disso, a pergunta necessária para que tudo mudasse. Para que a vida do rei e do reino deixasse de ser triste e vegetal. Para que o Mundo voltasse a ser normal.

Lembro-me da pergunta obrigatória (a tal que Parsifal não fez) sempre que penso nas razões da existência da Entidade Reguladora para a Comunicação.

Reafirmo que, como presidente do Conselho Regulador, todos os dias, me pergunto a mim próprio para que serve a ERC. E a resposta é tão óbvia como subtil e paradoxal. A ERC existe para garantir a liberdade de expressão e também para defender os cidadãos do abuso de poder dos *media*.

Deste Relatório de Regulação resulta um ano de 2013 que confirma a tendência para a convergência digital. Mas também para a convergência de grupos e de projetos. Dizer que o setor está numa fase de convergência empresarial da sua metamorfose é tão óbvio como dizer que o futebol dominou a televisão e que 2013 foi também o ano dos canais desportivos. É claro que foi um ano de muita ficção e muito *reality show*. Mas foi sobretudo um ano de decisões adiadas. Foi mais um ano de espera no crescimento da oferta em TDT e foi o ano em que o cabo continuou a dominar.

Dominantes foram também os grandes motores de busca internacionais e confirmou-se o crescimento das redes sociais.

Neste contexto apetece aplicar ao digital a sábia frase que o Professor Adriano Moreira costuma dizer sobre a própria realidade: “Estamos sempre a ser surpreendidos por aquilo de que estávamos à espera!...”

Pois é!... Tão óbvio como a pergunta que Parsifal não fez. E devia ter feito.

Mas há uma outra realidade que também é óbvia e de que pouca gente fala. Refiro-me ao crescimento da crispação no setor. Há uma violência verbal e uma linguagem pouco tolerante que ameaça perturbar o diálogo e radicalizar o discurso público. Para já os sinais são ténues. Mas crescentes. Dizer isto hoje é prevenir um futuro. Porque no futuro (próximo) pode vir a ser muito difícil comunicarmos todos livremente. Porque há medo. E muito ódio.

Por isso peço emprestada a um criativo brasileiro a frase com que termino esta pequena nota de alerta: “a linguagem do ódio não é liberdade de expressão. É crime”.



Carlos Magno

Dezembro 2014



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

SUMÁRIO EXECUTIVO

A ERC EM 2013

NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

SUMÁRIO EXECUTIVO

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

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

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

Algo de semelhante se verifica relativamente ao setor das **publicações periódicas**, onde idênticas preocupações relevam, de forma explícita,

do enunciado do artigo 3.º da Lei de Imprensa [Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro]. Mais transversalmente, vários dos deveres ético-jurídicos plasmados no artigo 14.º do Estatuto do Jornalista refletem a existência de outros valores relevantes.

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

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

O Relatório de Regulação corresponde, por isso, ao **cumprimento de um mandato confiado à ERC**. Nesse sentido, os dados que a seguir se apresentam dão seguimento e aprofundam o trabalho de supervisão e regulação iniciado em 2006 e prosseguido em 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012.

Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos setores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2013**.

A ERC EM 2013 NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

São os seguintes os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2013:

- > **276** Deliberações.
- > **55** Reuniões do Conselho Regulador.
- > **2** Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar para a Ética, Cidadania e Comunicação.
- > **2** Reuniões do Conselho Consultivo.

E ainda:

- > **7033** Entradas.
- > **1045** Processos abertos.
- > **65** Recursos humanos.
- > **64 200,00** Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).
- > **3** Publicações:
 - *Relatório de Regulação 2012;*
 - *Relatório de Atividades e Contas 2012;*
 - *Relatório de Acompanhamento da Observância do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária 2011.*

Outros dados em 2013:

- > **1 454 118,64** Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão;
- > **20 906,93** Euros investidos em sistemas de informação.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

Em 2013, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social procedeu à abertura de 1045 processos, tendo-se pronunciado sob a forma de deliberação em 276 desses casos. As restantes situações analisadas pelos serviços da ERC foram concluídas com um esclarecimento sob a forma de informação ou com a comunicação da decisão de arquivamento.

Neste ano, os membros do Conselho Regulador da ERC reuniram formalmente por 55 ocasiões. As matérias referentes a *Conteúdos Programáticos*, *Conteúdos Jornalísticos*, *Rigor Informativo* e *Autorizações* (ora para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio, ora para o exercício da atividade de televisão através de novos serviços de programas) dominaram no global os temas alvo de pronúncia por parte dos Conselheiros.

A área da imprensa representou 32,97 % das deliberações adotadas pela ERC. Questões como o exercício do *Direito de Resposta e de*

Retificação, o *Rigor Informativo* e a *Divulgação de Sondagens* destacaram-se no universo das pronúncias da ERC. As deliberações que envolveram diferentes órgãos de informação representaram 24,63 % do total, enquanto a área da Rádio representou 21,37 %, a da internet 3,98 % e a da televisão 17,02 %

A ERC registou a entrada de 186 participações relativas a serviços de programas televisivos e emitiu, ainda nesse ano, 45 deliberações. Os três serviços de programas televisivos mais visados nas participações apresentadas na ERC foram a *TVI* (77 queixas), a *RTP1* (49 queixas) e a *SIC* (26 queixas). No ano 2012, também tinham sido estes os serviços de programas mais referenciados, surgindo a *TVI* com 443 queixas, a *RTP1* com 45 e a *SIC* com 40.

Nesta fase, sobressaiu também a atividade deliberativa do regulador no que respeita à emissão de pareceres que se inserem na sua esfera de atribuições. Em concreto sobre o Projeto de Lei n.º 439/XII (2.ª) do PS que define regras de acesso à atividade de comunicação social, sobre o Projeto de Despacho relativo aos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público, sobre o Projeto de operação de concentração de aquisição do controle exclusivo, consubstanciado na aquisição indireta do controle exclusivo da Cabovisão - Televisão por Cabo, S.A., pela Altice VII, Sarl., sobre o estudo Televisão Digital Terrestre em Portugal, da responsabilidade da Autoridade da Concorrência e sobre a alteração do Diretor na RTP Informação.

O Conselho Regulador pronunciou-se também sobre matérias respeitantes às regras do pluralismo nos meios e ao tema da publicidade, por alegadas violações do princípio da identificabilidade e infrações das regras dos seus tempos de emissão. Nesta fase, a ERC pronunciou-se ainda sobre oito situações em que estavam em causa direitos dos jornalistas, designadamente alegadas violações do direito de acesso às fontes de informação, e concluiu 31 processos contraordenacionais.

A ERC entrou em funções em fevereiro de 2006. Desde o início da sua atividade foram aprovadas 2320 deliberações.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2013

Proposta de medida legislativa sobre debates eleitorais – A Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nos termos do artigo 25.º, n.º 1 dos seus Estatutos, propôs à Assembleia da República, em 23 de abril de 2013, um conjunto de medidas de alteração do quadro legislativo eleitoral, com reflexo particular na questão dos debates eleitorais.

Na perspetiva da ERC, assistia-se a um conjunto de circunstâncias que motivavam e justificavam a referida alteração. Entre elas, a necessidade de uniformização e sistematização das leis eleitorais, uma

vez que os diferentes diplomas que regulavam os atos eleitorais adotavam abordagens distintas quanto ao princípio da igualdade de tratamento das candidaturas, nomeadamente no que respeita aos regimes sancionatórios. Também o facto de se ter verificado uma evolução das condições de exercício da atividade da comunicação social, sendo significativamente diferentes da realidade vivida por altura da aprovação, na década de 1970, de diplomas eleitorais. Em terceiro lugar, as obrigações diferenciadas dos serviços de programas televisivos e, por fim, a questão da ponderação entre as obrigações de pluralismo e a autonomia editorial.

Projeto *Media* e a Saúde Mental – O Conselho Regulador da ERC reuniu com o Diretor do Programa Nacional para a Saúde Mental, Álvaro de Carvalho, com os operadores privados de televisão e jornais de expansão nacional, para expor e debater temáticas relacionadas com os *media* e a saúde mental, nomeadamente, a representação da doença mental nos *media* bem como o papel dos *media* na prevenção do suicídio, assinalando-se positivamente as boas práticas adotadas no tratamento destas matérias pelos órgãos de comunicação social.

Defesa da Acessibilidade aos Meios Audiovisuais – O Grupo de Reflexão *Media* e Deficiência, no qual a ERC tem assento, promoveu um colóquio sobre “Acessibilidade aos Meios Audiovisuais – Da Cidadania ao Modelo de Negócio”, a 25 de novembro, no auditório da Rádio Renascença. No debate que se gerou foi manifesto que, apesar dos inegáveis avanços já alcançados em prol da melhoria das condições de acessibilidade aos *media* por parte de quem tem necessidades especiais, continua a haver ainda um longo caminho a percorrer. Ficou, todavia, bem explicitado que a criação de formas de facilitação do acesso aos meios audiovisuais não tem que ser encarado simplesmente como um custo adicional incomportável, mas antes como uma atividade que permite acrescentar valor à oferta dos operadores, alargando o potencial de geração de receitas.

Ação junto dos cidadãos para compreenderem e utilizarem criticamente a informação televisiva – A ERC promoveu, entre 3 e 9 de maio de 2013, uma ação de formação junto de escolas de todo o País, com o propósito de dotar os alunos entre os 11 e os 13 anos de ferramentas no consumo da informação televisiva, como forma de contribuir para a formação de cidadãos adultos informados e participativos na sociedade.

V Conferência Anual da ERC – A ERC realizou, a 6 de junho de 2013, a *V Conferência anual* dedicada ao tema “Regular e Gerir a Mudança em contexto mediático”, no Auditório da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. As intervenções dos diversos oradores e os debates a que deram lugar, foram seguidos por cerca de 200 participantes, confirmando a *V conferência* da ERC como um espaço aberto ao debate entre diferentes perspetivas sobre a evolução do setor da comunicação social.

2.º Congresso Literacia, *Media* e Cidadania – A Entidade Reguladora para a Comunicação Social organizou, no âmbito do Grupo Informal sobre Literacia para os *Media* (GILM), em colaboração com a Comissão Nacional da UNESCO, o Conselho Nacional de Educação, a Direção-Geral da Educação, a Fundação para a Ciência e a Tecnologia, o Gabinete para os Meios de Comunicação Social, a Rádio e Televisão de Portugal e o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, o 2.º Congresso *Literacia, Media e Cidadania*, uma iniciativa que apostou no esclarecimento e formação das novas gerações em relação aos *media*. Este evento decorreu nos dias 10 e 11 de maio de 2013 no Pavilhão do Conhecimento, em Lisboa.

Protocolo de cooperação ERC/Procuradoria-Geral da República – O presidente da ERC e as vogais Luísa Roseira e Raquel Alexandra Castro reuniram, a 20 de fevereiro de 2013, com a Procuradora-Geral da República, Joana Marques Vidal, constando da agenda, entre outras matérias, a atualização do protocolo de cooperação celebrado entre as duas entidades, a 25 de maio de 2012, e que visa incrementar uma melhor articulação entre os serviços que tutelam, designadamente, no âmbito dos processos de natureza contraordenacional, cuja decisão se integra na esfera de competências da ERC. No âmbito deste Protocolo, as duas instituições promoveram ao longo de 2013, em Lisboa e no Porto, dois colóquios sobre os comentários do público em órgãos de comunicação *online*, refletindo sobre a contraposição da liberdade de expressão com a violação de direitos fundamentais.

PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS APROVADOS EM 2013

Em 2013 foram aprovados os seguintes processos:

- > **ERC/11/2010/870:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Ecos da Raia, Publicidade e Rádio, Lda., por violação do artigo 18.º, n.º 1, da Lei da Rádio.
- > **ERC/10/2012/888:** abertura de processo contraordenacional contra o proprietário de *O Mirante* por violação do artigo 26.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.
- > **ERC/10/2012/884:** abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal *Barcelos Popular* por violação do artigo 26.º, n.ºs 3, 4 e 6, da Lei de Imprensa.
- > **ERC/10/2012/937:** abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal *Barcelos Popular* por violação do artigo 26.º, n.º 7, da Lei de Imprensa.

- > **ERC/1/2012/954:** abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do jornal *Correio da Manhã* por violação do artigo 24.º, n.ºs 1 e 2, da Lei de Imprensa.
- > **ERC/07/2011/1112:** abertura de processo contraordenacional contra os proprietários de *O Mirante* por violação dos artigos 26.º, n.º 3, e no artigo 27.º, n.º 4 da Lei de Imprensa.
- > **ERC/11/2012/1051:** abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal *Barcelos Popular* por violação do artigo 26.º, n.º 3, da Lei de Imprensa.
- > **ERC/11/2012/1070:** abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal *Barcelos Popular* por violação do artigo 26.º, n.º 3, da Lei de Imprensa.
- > **ERC/12/2012/1120:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Emissora Regional de Amarante, Lda., por violação do artigo 18.º, n.º 1, da Lei da Rádio.
- > **ERC/12/2012/1160:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda., por violação do artigo 19.º, n.º 1, da Lei da Rádio.
- > **ERC/12/2012/1096:** abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 25.º, n.º 5, do Código da Publicidade.
- > **ERC/12/2012/1106:** abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., Automóveis, Citroen, S.A., e Caixa Geral de Depósitos por violação do artigo 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.
- > **ERC/05/2013/447:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Rádio Insular, Lda., por violação dos artigos 11.º, n.º 2 e 3, 26.º, n.º 1, 32.º, n.º 2, alínea g), 35.º e 37.º, n.º 1 e 2, da Lei da Rádio.
- > **ERC/03/2011/484:** abertura de processo contraordenacional contra a Empresa Jornal da Madeira, Lda., por violação do artigo 26.º, n.º 2, alínea a), da Lei de Imprensa.
- > **ERC/08/2011/1136:** abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., por infração das regras relativas ao anúncio de programação – mês de julho de 2009.
- > **ERC/12/2011/1497** abertura de processo contraordenacional contra o operador TVI - Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão, por transmissão do programa “Perdidos na Tribo”.
- > **ERC/01/2012/83:** abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do jornal *Correio da Manhã* por violação do artigo 7.º da Lei das Sondagens.
- > **ERC/05/2012/475:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 7.º, n.º 2, da Lei das Sondagens.
- > **ERC/05/2012/476:** abertura de processo contraordenacional contra o operador Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 7.º, n.º 2, da Lei das Sondagens.
- > **ERC/05/2012/477:** abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do *Jornal de Notícias* por violação do artigo 7.º da Lei das Sondagens.

VIOLAÇÕES DOS VÁRIOS MEIOS AO ARTIGO 27.º DA LEI DA TELEVISÃO

O Conselho Regulador da ERC proferiu, em 2013, 13 (treze) deliberações em que foram tratados, como problemática dominante, os limites à liberdade de programação televisiva, requerendo uma decisão sobre a aplicabilidade do quadro legal antes enunciado.

O maior número de denúncias foi dirigido contra os serviços de programas generalistas SIC e TVI, ainda que deste conjunto se saliente a SIC (38,5 % do total de procedimentos finalizados no período temporal) em comparação com a TVI (23,1 %). A SIC Radical foi o serviço de programas temático objeto de mais queixas (15,4 %). Ressalta-se adicionalmente que os serviços de programas do universo SIC (SIC e SIC Radical) foram visados em 53,8 % dos procedimentos concluídos, no período em análise, relativos aos limites à liberdade de programação.

Quanto à origem dos procedimentos relativos aos limites à liberdade de programação, todos partiram da denúncia de participantes particulares.

A maioria dos processos resultou de uma única queixa (85 %). Apenas 15 % teve origem em múltiplas participações. O procedimento relativo a uma reportagem que abordava os touros de morte foi o que recebeu mais queixas¹.

¹ Cf. Deliberação 106/2013 (CONTPROG-TV), aprovada em 16 de abril de 2013.

Os serviços informativos foram aqueles que suscitaram um maior número de denúncias relativas à eventual violação dos limites à liberdade de programação (correspondem a 30,7% do total de processos concluídos), seguindo-se os programas de documentário (23,1%) e os filmes (15,4%). Os restantes procedimentos dispersam-se por géneros/formatos como séries (7,7%), *talk-shows* (7,7%), programas de humor (7,7%) ou telenovelas (7,7%).

O Conselho Regulador não deu seguimento às denúncias apresentadas em 46% dos procedimentos. Em 23% dos casos, deliberou iniciar um processo contraordenacional e, em 31% dos procedimentos, sensibilizou o operador em causa a adotar uma conduta mais consentânea com a ética de antena.

A SIC, a SIC Radical e a TVI foram os serviços de programas em relação aos quais o Conselho Regulador decidiu instaurar processo contraordenacional por violação dos limites à liberdade de programação. Noutros procedimentos, a Benfica TV, e mais uma vez a SIC e a TVI, foram sensibilizadas a fazer uma ponderação mais cuidadosa sobre os conteúdos a transmitir e o respetivo horário de exibição. O Conselho Regulador não deu seguimento a alguns procedimentos que visavam a RTP1, a SIC, a TVI, a SIC Radical, e a TVI 24.

OS MEIOS OFERTA E CONSUMOS DE MÍDIA

O capítulo relativo à oferta e consumos de *media* tem como objetivo caracterizar a estrutura de mercado, os padrões de consumo mediáticos e as audiências dos diferentes meios de comunicação social. Sistematizam-se as principais evoluções e tendências registadas.

TELEVISÃO

Os valores de adesão a serviços de televisão por subscrição indicam que, em 2013, continuou a crescer o número de assinantes, por um lado, e se consolidaram alternativas ao cabo e ao satélite, por outro. A taxa de penetração do serviço de televisão por subscrição atingiu, no final do ano, os 53,7 assinantes por cada cem alojamentos. O número de assinantes do serviço fixou-se nos 3,1 milhões (acréscimo de 49 mil), sobretudo mercê da expansão da fibra ótica (FTTH), que representa 15% do total de subscritores. O cabo representa pouco mais de 44% deste mercado. A principal forma de comercialização da televisão por assinatura são as ofertas em “pacote”.

Em 2013, segundo a Marktest, alcançou-se um tempo médio de visionamento televisivo diário de perto de 4 horas. De acordo com a GfK, este indicador ascendeu a 5 horas e 45 minutos. Os serviços de programas generalistas RTP1, SIC e TVI continuaram a recolher

a preferência dos espetadores, ainda que seja notório o aumento do tempo de visionamento de outros canais. Com efeito, enfatiza-se o aumento da audiência da categoria “cabo/outros” (Marktest) ou “pay TV/outros” (GfK), que representa cerca de um terço do *share* de audiência televisiva. Entre os generalistas, a TVI lidera quanto ao *share* de audiência, sendo secundada pela SIC e pela RTP1. Os 10 programas mais vistos nos canais generalistas em 2013 referiram-se a competições de futebol transmitidas pela SIC, TVI e RTP1. Entre os canais de “cabo”, os espetadores continuaram a preferir os da categoria “filmes e séries”, seguindo-se os de “informação” e os “infantis”.

RÁDIO

O tempo consagrado à rádio em 2013 fixou-se em 3 horas e 13 minutos diárias. Entre as antenas analisadas pela Marktest, os grupos detentores das rádios mais escutadas foram, por esta ordem, Media Capital, Renascença, RDP e TSF. A Rádio Comercial e a RFM foram as duas estações mais ouvidas.

No conjunto das rádios analisadas pela Marktest, as rádios do serviço público (RDP) obtiveram 10,6% em termos de *share* de audiência, uma subida de 2,6 p.p. face ao ano anterior. As rádios do Grupo Renascença representaram um *share* de audiência de 33,9% (menos 3,3 p.p.) e as do Grupo Media Capital de 32,5% (mais 1,5 p.p.); A TSF fixou-se nos 4,7% (subida de 0,6 p.p.).

IMPrensa E INTERNET

O INE e a APCT convergem na descida da circulação total da imprensa, que afeta tanto as publicações vendidas como as distribuídas gratuitamente. De acordo com a APCT, a curva descendente da circulação afetou tanto o segmento das publicações generalistas como o das especializadas. Nas publicações nacionais de informação geral, o *Correio da Manhã* mantém-se o diário de maior circulação, o *Expresso* e a *Visão* os líderes entre os semanários. A circulação de jornais gratuitos continuou a descer. No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicados a economia, negócios e gestão, apenas o *Jornal de Negócios* apresentou um aumento de circulação. Ambos os jornais desportivos auditados pela APCT, o *Record* e o *Jogo*, sofreram quebras neste indicador. A tendência genérica de quebra foi ainda observada nos segmentos das revistas femininas e masculinas, nas de sociedade e de televisão.

Entre os diários de âmbito regional auditados pela APCT, a circulação é normalmente modesta, destacando-se, quanto a este indicador, o *Diário de Notícias da Madeira* (10,1 mil exemplares). No conjunto dos jornais regionais de periodicidade não-diária auditados, os semanários *Jornal do Fundão* (10,8 mil) e *Reconquista* (10,5 mil) registaram os mais elevados níveis de circulação.

Em contrapartida, registou-se um aumento das assinaturas digitais, valores que revelam diferentes ordens de crescimento e aposta dos editores neste domínio.

O número de clientes do serviço fixo de acesso à internet ascendeu a 2,6 milhões em 2013, ano em que continuou a consolidar-se a generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel (3,9 milhões de utilizadores).

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

No apuramento do investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, com as do grupo Omnicom. Estas fontes adotam métodos claramente distintos, divergindo nas estimativas que apresentam para a avaliação do mercado publicitário.

A análise dos dados da Marktest referente à evolução deste mercado ao longo da última década, demonstra uma tendência de crescimento ininterrupto: em 2003 atingia 2,6 mil milhões de euros, já em 2010 ascendia a 5 mil milhões de euros. A partir de 2011, regista, porém, uma descida, atingindo em 2012 4,6 mil milhões de euros. Em 2013, nova subida, agora atingindo os 5,5 mil milhões de euros. Porém, de acordo com a Omnicom, o mercado publicitário representava 668 milhões de euros em 2003 e atingiu um montante inferior em 2013 (463 milhões de euros), tendo sofrido, durante a última década, alguns períodos de quebras bastante acentuadas.

O valor global do *investimento publicitário* em 2013, segundo a Omnicom representa um decréscimo de 8,8 % por relação a 2012, atingindo o valor mais baixo da última década (2003-2013).

Deste modo, em 2013, entre as duas estimativas relativas ao montante global do *investimento publicitário*, encontra-se um diferencial de quase 5,5 mil milhões de euros.

Apresenta-se, de seguida, um resumo dos principais resultados do setor em Portugal, por meio:

A televisão evoluiu de uma quota de 63,2 % para 71,9 % entre 2003 e 2013, segundo a Marktest; nas estimativas do grupo Omnicom ocorreu um acréscimo mais subtil, de 52,1 % para os 55,6 %.

Segundo os dados da Marktest, a TVI é o serviço de programas que acolhe a maior fatia do investimento publicitário em televisão, uma tendência que se verifica continuamente desde 2006.

As duas fontes (Marktest e Omnicom) coincidem no que respeita à

tendência de descida do investimento publicitário na imprensa, de 2009 até 2013, nos seus vários segmentos.

A rádio tem vindo a perder importância enquanto suporte publicitário, atingindo, segundo a Marktest, 4,1 % em 2013; segundo a Omnicom, tem vindo a sofrer ligeiras flutuações, encontrando-se em 2013 nos 7,4 %.

Os dados da Marktest demonstram que, desde 2005, a TSF recolhia a maior fatia do investimento publicitário em rádio, ultrapassada, porém, a partir de 2012, pela Rádio Comercial.

Os dados da Omnicom sugerem que o investimento publicitário na internet tem vindo a aumentar de modo progressivo, atingindo, em 2013, 8,8 % do total de investimento. Para a Marktest, em 2013, o investimento publicitário na internet foi de 7,4% do total.

Para a Marktest, o suporte *outdoor* atingiu os 6,3 % em 2011 e 6,6 % em 2012. Porém, em 2013, desce para 5,4 %. Por sua vez, em 2013, segundo a Omnicom, trata-se do segundo principal suporte publicitário, com um *share* de 11,2 %, seguido de perto pela imprensa não-diária com 11,2 %.

As estimativas das duas entidades comprovam a diminuta importância do cinema enquanto suporte publicitário.

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Durante 2013, a fim de garantir a fiabilidade e segurança jurídica dos elementos registados na sua Unidade de Registos, a ERC deu continuidade ao trabalho de verificação dos órgãos que, pela sua natureza, se encontram sujeitos a registo e que continuam ativos, no sentido de proceder ao cancelamento oficioso de todos aqueles que cessaram a sua atividade, ou que não observaram a periodicidade que consta do seu registo ou, ainda, quando se tenha verificado a cessação da validade da licença ou autorização sem que tivessem dado conhecimento à ERC.

A ERC, no uso das suas competências, praticou, neste período, um total de 1786 atos registais: 1269 averbamentos, 174 inscrições e 264 cancelamentos, dos quais 51 foram efetuados oficiosamente.

Em relação ao ano transato, houve um aumento significativo, na ordem dos 30 %, do número de pedidos de registos que deram entrada na Unidade de Registos.

Assim, a 31 de dezembro de 2013, encontravam-se ativas as seguintes inscrições:

- > Publicações Periódicas – 2337;
- > Empresas jornalísticas – 361;
- > Empresas noticiosas – 2;
- > Operadores de radiodifusão – 316;
- > Serviços de programas de radiodifusão – 343;
- > Operadores de Televisão – 19;
- > Serviços de programas de televisão – 56;
- > Operadores de distribuição – 9;
- > Serviços de programas difundidos exclusivamente por internet – 9.

Constituindo a atualização dos registos uma constante preocupação da ERC, os pedidos de averbamento, de renovação de licenças e de autorizações efetuados pelos diversos órgãos de comunicação social, dão um contributo significativo na atualização dos elementos registados e, conseqüentemente, na fiabilidade da informação disponibilizada ao público sobre esses mesmos órgãos que operam em Portugal.

SONDAGENS

O ano de 2013 representou uma retoma na produção e divulgação de estudos de índole política, ancorada pela realização das eleições autárquicas gerais de 2013.

Assim, em 2013, foram depositadas 179 sondagens de opinião, número que representa um decréscimo de 9,5 % face ao total de depósitos registados em 2009, ano em que se verificou não só o escrutínio autárquico, como também eleições europeias e legislativas. Relativizando a comparação apenas aos estudos de âmbito concelhio, apura-se um crescimento superior a 27 % nas sondagens depositadas. Face a 2012 regista-se um crescimento exponencial de 180 % no número de total depósitos.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião comportava, a 31 de Dezembro de 2013, dezassete entidades. Face ao ano anterior há a registar em termos de movimento, uma caducidade (Euroexpansão), a atribuição de quatro licenças (três delas recredenciações de empresas já anteriormente licenciadas) e a renovação de nove credenciais.

CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

Foram catorze as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2013, posicionando-se a Eurosondagem como a empresa mais representativa do setor, concentrando em si 45,8 % dos depósitos realizados. Estes números espelham, por um lado, um aumento da diversidade em número de empresas a depositar sondagens (o número mais elevado entre 2008 e 2013), e por outro lado, um aumento da concentração do mercado, assumindo-se a Euroson-

dagem como a empresa mais representativa do setor em número de depósitos pelo quarto ano consecutivo.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas em 2013, registando-se sete órgãos de comunicação social com mais de dez sondagens contratadas. Como principais clientes, são de destacar o *Jornal de Notícias*, a SIC e o *Expresso*, órgãos que além de terem publicado os seus barómetros políticos regulares, apostaram fortemente na encomenda e publicação de sondagens sobre intenção de voto autárquico.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, os grupos temáticos mais visados em 2013 foram os que se relacionam com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo, e com a avaliação dos órgãos e atores políticos, grupo no qual se destacaram as perguntas relativas à imagem/popularidade dos líderes partidários, Presidente da República e Primeiro-Ministro.

A centralidade temática em redor das intenções de voto e da imagem/popularidade de titulares de cargos políticos é um fenómeno que não é exclusivo dos anos eleitorais, ainda que nestes seja mais notória, já que os mesmos marcam presença nos barómetros políticos mensais que são produzidos regularmente ao longo do ano.

CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAGENS

O método de recolha de informação mais frequente continua a ser o telefónico (87,7 %), crescendo a sua importância relativa em 2012 e 2013 face a 2009 (71,9 %). Alterações semelhantes foram observadas na dimensão das amostras utilizadas, o que poderá refletir os efeitos da crise económica no setor, já que o tamanho da amostra e as metodologias utilizadas são dos fatores que mais pesam na definição do custo dos estudos.

DIVULGAÇÕES DE SONDAGENS

A esmagadora maioria dos estudos depositados, em 2013, ao abrigo da lei das sondagens, foram divulgados e identificados na comunicação social (93,3 %), tendo-se recuperado um total de 1954 divulgações. A este valor corresponde uma média de 162,8 divulgações mensais e de 5,4 divulgações diárias. Em termos evolutivos, e quanto ao total das divulgações identificadas, apurou-se um crescimento de 3,8 % de divulgações face a 2009 e um crescimento de 156 % face a 2012.

A internet assumiu-se como a principal plataforma divulgadora de sondagens em 2013 (31,8 %), seguida de muito perto pela imprensa (30,5 %) e a televisão (29,4%). De assinalar que a rádio tem vindo a perder importância enquanto divulgadora de sondagens desde o final de 2011, altura em que tanto a Rádio Renascença como a TSF deixaram de integrar parcerias para a publicação de barómetros políticos semanais.

PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES

A ação reguladora da ERC na área das sondagens continuou a ser desenvolvida dando privilégio à atuação pedagógica e preventiva, com impacto esperado a montante (na realização das sondagens e na sua interpretação e transformação em notícia), em detrimento de uma linha de intervenção mais reativa.

Foram desencadeados 113 processos em 2013 relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, correspondendo as maiores fatias a pedidos de parecer sobre as regras de publicação e consulta a sondagens (26 processos) e a queixas (24 processos).

RADIODIFUSÃO SONORA

Atividade de fiscalização no ano de 2013: Títulos habilitadores para o exercício da atividade de radiodifusão sonora; Alterações do projeto de radiodifusão; Detentores do controlo da empresa.

À ERC, no exercício das funções de regulação e supervisão da atividade de radiodifusão sonora, cabe assegurar o cumprimento dos requisitos legais fixados no licenciamento e das demais obrigações de programação e emissão dos serviços de programas, mediante o acompanhamento regular dos operadores.

No universo total de 326 serviços de programas de âmbito local apurado no final de 2013, apenas nove não foram ainda objeto de apreciação em sede de renovação da licença. Três deles solicitaram já a renovação, encontrando-se em curso os respetivos processos; para quatro ainda não terminou o prazo de validade das respetivas licenças e os restantes dois são operadores licenciados ao abrigo de autorização governamental para o exercício da atividade.

Foram desenvolvidas 28 ações de fiscalização, no sentido da verificação de irregularidades nos serviços de programas visados.

No âmbito das alterações aos projetos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, confirmou-se, em 2013, a tendência, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respetivos projetos radiofónicos, visando a sua adaptação a modelos preexistentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, bem como a alteração da classificação dos serviços de programas, tendo sido deferidos 28 pedidos para conversão de generalistas em temáticos.

No que concerne à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de atividade de radiodifusão, bem como às limitações de participações e titularidade de licenças, foram requeridas seis cessões de serviços de programas e respetivas licenças, na sua maioria a favor de novos operadores.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

No decurso de 2013, foi realizada a monitorização média de 111 serviços de programas através do sistema automático de quotas de música, de um número de 190 serviços ativos.

Tendo por base as diversas formas de monitorização desenvolvidas, foram observados 121 serviços de programas, o que corresponde a 36,3 % do universo das rádios licenciadas.

Dos serviços ativos analisados e no que respeita aos de âmbito local, de acordo com os dados rececionados, mais de 90 % cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

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

O serviço de programas de âmbito regional *M80* cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 07h00m às 20h00m.

Da subquota de 60 % também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 90 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os três operadores privados nacionais cumprem ou ultrapassam a quota de 25 % de música portuguesa tanto nas 24 horas de emissão como no período das 07h00m às 20h00m, tendo sido a *Rádio Comercial* a que apresentou maior percentagem de música portuguesa.

Da subquota de 60 %, os serviços de âmbito nacional *RFM* e *RR* ultrapassaram nas suas emissões a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo sido a *RR* que apresentou maior percentagem de música em língua portuguesa.

Na *Rádio Comercial* e tendo por base os dados contabilizados por via da aplicação automática, verificaram-se vários desvios à quota mínima estabelecida, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 07h00m e as 20h00m, mas que podem configurar uma difusão efetiva superior.

Da quota de 35 % de música recente nos serviços de programas nacionais, a *RFM* e a *Rádio Comercial* apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido. No entanto, a *Rádio Renascença* ficou aquém da quota estabelecida, embora apresente progressos face ao ano anterior no sentido de correção da quota.

Os afastamentos acima identificados das quotas mínimas estabelecidas na lei encontram-se sob monitorização e correção.

Encontram-se isentos de cumprimento de quota 33 serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/98) cuja programação assenta no género *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

Em matéria de difusão da música portuguesa, a **Antena 1** cumpriu quer as exigências previstas no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 07h00m e as 20h00m, tendo sido registadas, em 2013, percentagens perto dos 100 % de difusão de música portuguesa.

No que respeita à emissão de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da UE, a média mensal e semestral, situou-se sempre acima dos 80 %, à semelhança do avaliado em anos precedentes.

No que toca à difusão de 35 % de música recente, as quotas foram sempre superiores à quota mínima e têm vindo a aumentar significativamente, registando-se no último mês do ano um percentual de 39,9 %.

A **Antena 3**, ao nível de cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, situou-se perto ou acima dos 60 % nas 24 horas de emissão.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, no período das 07h00m às 20h00m, o sistema contabilizou na **Antena 3**, no segundo semestre, valores abaixo dos 60 pontos percentuais, afigurando-se não ter sido reportada toda a programação musical portuguesa difundida, situação a ser acompanhada e monitorizada.

No que atende à quota de música recente, a **Antena 3** registou, no decorrer do ano 2013, valores substancialmente superiores aos previstos na lei, na ordem dos 70 %, o que demonstra uma programação musical com grande suporte na divulgação de nova música portuguesa.

TELEVISÃO PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO – RTP1, RTP2, SIC E TVI

A análise abrange, assim, um universo de 54 760 programas e 36 755 horas de emissão. Tal como no ano precedente, a RTP2 continua a ser

o serviço de programas com maior número de programas exibidos, com 20 677 unidades recenseadas, prevalecendo também em horas de emissão, num total de 8457 horas/ano. Segue-se a SIC, em número de programas (7564), e a RTP1, em horas de emissão (7012h30m53s).

Na RTP Informação foram exibidos 12 295 programas que contabilizaram 8341 horas de emissão.

A análise visa aferir da diversidade e do pluralismo da oferta televisiva dos serviços de programas do operador público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP Informação – e dos dois canais generalistas de acesso não condicionado livre dos operadores licenciados – SIC e TVI –, considerando as obrigações neste âmbito estabelecidas pela Lei da Televisão, no que se refere à SIC e à TVI, e pelo Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão para a RTP1, RTP2 e RTP Informação.

Da avaliação da programação anual de cada serviço de programas resulta, que a RTP1, primeiro serviço de programas do operador de serviço público, em 2013, **cumprir de um modo geral as obrigações** que lhe são impostas pelos normativos que se lhe aplicam.

Como primeiro indicador da exigida diversidade de conteúdos, refira-se que as suas grelhas englobam programas pertencentes às sete grandes categorias de *género* consideradas na análise.

Informativos são os programas prevaletentes na RTP1, em 2013, com 30,8 % da duração. Seguem-se o entretenimento e a ficção. Verifica-se uma polarização em torno destas três categorias traduzida em quase nove em cada dez horas de emissão (87,7 %).

Infantis/juvenis são os conteúdos menos relevantes na programação da RTP1 (1,1 %).

A RTP1 é o serviço de programas que apresenta **maior diversidade de géneros televisivos, com** as sete grandes categorias a subdividirem-se em **32 géneros** dos 39 em análise.

Magazines informativos (17,4 %), talk shows (15,3 %) e serviços noticiosos (10,8 %) são os três géneros mais relevantes da RTP1 em horas de programação. O primeiro e o terceiro pertencem à grande categoria dos *informativos*.

Apenas **quatro géneros** (os três suprarreferidos e os *filmes/telefilmes*) somam **mais de metade da duração** das grelhas anuais da RTP1 (53,8 %).

São **22 as categorias que atingem menos de dois pontos percentuais** do tempo de emissão, totalizando 12,6 % nas grelhas anuais.

As **funções** da programação **avaliam a intenção ou a finalidade predominante** que determinado conteúdo prossegue na sua relação com o público. A **diversidade de funções** contribui para avaliar com maior acuidade a diversidade da programação. Toda a programação é enquadrada de acordo com as funções *informar, entreter, formar e promover/divulgar*. **A programação da RTP1 cumpre as quatro.**

A programação cuja finalidade é **entretener demonstra um domínio considerável em duração**, com 60,8 % da totalidade da emissão anual. **Informar** é a segunda função mais presente (34,6 %).

Promover/divulgar e formar situam-se no intervalo dos dois pontos percentuais, superiorizando-se a primeira: 2,5 %, face a 2,1 % da segunda.

Outro dado relevante para a avaliação da diversidade da programação diz respeito à reposição de conteúdos. A RTP1 foi o serviço de programas que menos recorreu a esta programação, com 71 horas resultantes de 2999 programas repostos.

77,9 % da duração das reposições ocorreu entre as 23h00 e as 06h00, ou seja, na noite/madrugada.

A tarde foi o período horário que seguidamente mais se prestou à reexibição, com 14,7 % da duração total destes programas. A RTP1 não reexibiu conteúdos durante o horário nobre.

Os serviços de programas generalistas têm o dever de oferecer programação diversificada nos horários de maior audiência, que na presente análise se traduz pelo chamado horário nobre, compreendido entre as 20h00 e as 22h59.

Os **três géneros mais relevantes neste horário totalizaram 69,1% do seu tempo de programação**: *serviço noticioso* diário “Telejornal” (35,3 %), *séries* (22,0 %) e *concursos/jogos* (11,8 %). O restante tempo de emissão é distribuído por programas de outros 21 géneros.

Todas as **funções** consideradas de programação ocorrem também no horário nobre: **informar (51,1 %) e entreter (48,1 %) arrecadam a quase totalidade do tempo de emissão**, reservando para as *funções formar* (0,7 %) e *promover/divulgar* (0,1 %) presença meramente residual.

A informação representa perto de um terço do tempo de emissão da RTP1 (30,8%), a mais importante de 2013; numa percentagem praticamente igual à do ano anterior, regista-se a presença de programas de todos os oito géneros *informativos* considerados na grelha de análise.

Magazines informativos (56,6 %) e *serviços noticiosos* (35,1 %) ocupam mais de nove em cada dez horas de emissão de conteúdos de informação deste canal de serviço público (91,7 %).

Os **restantes géneros** mostram-se, assim, **exíguos**: é ínfima a duração dos *boletins meteorológicos* (0,005 %); *comentário* (1,4 %) e *entrevista* (1,4 %), tiveram um peso relativo superior ao ano transato; *edição especial* (1,3 %) soma uma duração semelhante.

Reportando às obrigações definidas pela lei e pelo CCSP, a RTP1 mostra-se em 2013 **cumpridora** da exigência de produzir e emitir **programas educativos de entretenimento destinados aos públicos mais jovens**.

Mais de metade das 76 horas de programação infantil/juvenil da RTP1 corresponde a conteúdos **educativos**, com 54,1 %, seguidos pelos *desenhos animados*, que registaram 35,1 % do tempo total do género.

Formar e entreter são às únicas *funções* desempenhadas pelos programas *infantis/juvenis* da RTP1.

A RTP1 emitiu 406 horas de programas **culturais/conhecimento**, em 2013, resultantes de 732 edições pertencentes a sete dos oito géneros considerados na grelha de análise. Estes correspondem às diversas exigências estabelecidas pelo CCSP para o primeiro serviço de programas do operador de serviço público de televisão.

Documentário, com 179 horas, é o género que atinge maior relevo temporal, preenchendo 44,1 % do conjunto. Os *espetáculos* surgem de seguida (18,4 %).

Informação cultural (11,9 %) e *educativos* (11,6 %) colocam-se em posição semelhante. Seguem-nos as *humanidades* (6,9 %), *artes e media* (5,4 %) e, por fim, as *ciências* (1,7 %).

A RTP1 ganhou em 2013 **mais cinco programas** destinados à **promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários** relativamente ao ano anterior, passando de três a oito. Somou 400 programas destes conteúdos que totalizaram 163 horas de programação.

A programação da RTP1 dirigida a grupos minoritários tornou-se uma das que revela a **complementaridade entre os dois serviços de programas do operador público** de televisão, sobretudo no segundo semestre de 2013.

A partir daquela data a RTP1 passou a contar com os programas da RTP2: “Fórum África”, “África 7 Dias”, “Músicas d’África”, “Consigno” e “Vivo em Portugal”. Também o programa “Nós” é partilhado por ambos os serviços de programas. Este facto veio contribuir para o aumento destes conteúdos na RTP1, com a concomitante redução na RTP2. “Salvador” e “Peregrinação Internacional do Migrante” são os outros dois programas dirigidos a públicos minoritários.

Quanto à RTP2: A RTP2 é o serviço de programas generalista português de acesso livre que oferece **mais horas de emissão e programas aos seus públicos**: 8456h53m44s de emissão, que resultam de 20 677 programas.

A programação da RTP2 sofreu uma alteração significativa na composição das suas grelhas em 2013, com o aumento significativo da programação informativa e o recuo da de cultura e conhecimento.

Destaca-se nas grelhas a duração das categorias: **infantil/juvenil** (32,6 %), **informativos** (31,2 %) e **culturais/conhecimento** (15,3 %). Estas três categorias totalizam **quase quatro quintos** (79,0 %) do tempo total de emissão da RTP2 em 2013.

É **exígua** a transmissão de conteúdos estritamente pertencentes ao *macrogénero entretenimento*², que representam 1,6 % das horas totais de programação.

A RTP2 ofereceu aos seus espetadores uma programação distribuída por 31 dos 39 *géneros* abrangidos na análise, mostrando-se à partida diversa quanto a este indicador.

O género de **maior duração** corresponde ao **serviço noticioso**, com 2074h09m32s anuais (24,5 %), face às 647h24m41s do ano anterior, embora tenha desaparecido do horário nobre em 2013 o serviço noticioso de longa duração, o “Hoje”, que esteve no ar apenas ao longo do mês de janeiro.

A emissão diária do programa “Euronews” – 364 edições com uma duração média por programa de quase cinco horas – foi o fator mais relevante para o destaque atingido pelo *serviço noticioso*. Em 2012 surgiu apenas nas grelhas no último trimestre com 91 edições de duração média de cerca de duas horas.

É no comportamento do género *serviço noticioso* no horário nobre da RTP2 que se revela a grande perda relativamente ao ano anterior, uma vez que em 2013 somou pouco mais de 66 horas, em contraste com as quase 221 horas de 2012.

O **segundo e o terceiro géneros** mais relevantes em tempo de emissão pertencem à categoria dos *infantis/juvenis*: são eles os **desenhos animados** (17,2 %), que é o género mais vezes emitido (29,8 %), e o **educativo infantil/juvenil** (10,2 % da duração).

A análise da diversidade da programação passa também pela finalidade prosseguida pelos conteúdos oferecidos, em conjugação com a diversidade de *géneros*.

A programação da RTP2 tem como **principais funções informar** (46,6 %) – que soma quase quatro mil horas de programas –, e **entretêr** (35,0 %).

Os conteúdos com uma **vertente formativa** preenchem **14,3 % do tempo de emissão**, ao passo que *promover/divulgar* é a função menos relevante na programação, estando representada em 4,0 % da duração total de 2013.

Formar e informar são as funções que contribuem para o cumprimento do requisito do CCSP e em conjunto totalizam 60,9 % do tempo total de emissão da RTP2.

A reposição de programas em antena é outro dos indicadores da diversidade de conteúdos. A RTP2 dedica **5,1 % do seu volume de programação à reexibição** de conteúdos, num total de 408 horas anuais, que traduzem a duração dos 1070 programas repetidos (5,2 %). Os *documentários* (15,5 %) são o género mais vezes reexibido.

No **horário considerado de maior audiência** ou cuja diversidade de público é maior (20h00-22h59), a RTP2 apresenta 3511 programas, distribuídos por **24 géneros diferentes**.

Os **três géneros** que mais se prolongaram no horário nobre da RTP2 pertencem às categorias: **documentário** (25,3 %), **desenho animado** (19,7 %) e **série** (12,5 %), correspondendo a 57,5 % do total do período horário.

O **serviço noticioso**, que em 2012 ocupava perto de um quinto do tempo de emissão na faixa **horária 20h00-22h59**, foi **relegado para uma percentagem de 6,4 %**, mercê das alterações já mencionadas.

A exibição de *desenhos animados* inscreve-se na emissão do terceiro bloco diário do contentor “Zig Zag”, que se prolonga sensivelmente até às 21h00.

A RTP2, segundo serviço de programas do operador de serviço público, tem obrigações específicas ao nível da sua **programação de informação**, enquadradas pelo CCSP. Em 2013, a RTP2 registou **as maiores alterações ao nível destes conteúdos** no cômputo de todos os programas.

Aumentou os programas informativos em mais de 1055 horas relativamente a 2012, tornando-a na **segunda categoria mais destacada** nas grelhas de programação, com 31,2 % da duração total do serviço de programas, face aos 18,7 % registados no ano precedente.

Em média, a RTP2 emitiu mais de sete horas diárias de programas *informativos* em 2013 em resultado dos 2424 programas da categoria.

² Excluem-se da categoria *entretenimento* todos os programas que, embora tenham como função primordial entretêr, se enquadrem em outros dos *macrogéneros* considerados na presente análise.

Estes dados decorrem sobretudo do **grande incremento do serviço noticioso em termos da duração**, que à sua conta atingiu perto de quatro quintos (78,6 %) do tempo total de emissão da categoria, com **mais de duas mil horas** e 858 programas ao ano. Seguiu-se, a grande distância, o *magazine informativo* (14,9 %).

A programação *informativa* **incidiu sobretudo no intervalo da noite e madrugada**, período em que acumulou 77,4 % do tempo total, facto que vem reiterar as mudanças significativas ocorridas na programação *informativa* da RTP2, em 2013.

A RTP2 foi o serviço de programas generalista de sinal aberto que **mais programação destinou às faixas etárias mais jovens** em resultado da emissão de 2755 horas de conteúdos infantojuvenis (32,6 %), distribuídas por 12 479 (58,1 %) programas.

Os **desenhos animados** preenchem mais de metade das horas da programação infantojuvenil na RTP2 (52,8 %), sendo também este o *género* que soma mais programas (47,4 %).

Os **educativos infantis/juvenis**, segundo *género* mais relevante com 31,4 % da duração, **ganham importância face ao ano transato** (27,8 %). Com os *desenhos animados*, somam mais de quatro quintos da programação *infantil/juvenil* da RTP2 (84,2 %).

A RTP2 está também obrigada a oferecer diariamente diversidade de programas para este público-alvo: **emite de segunda a sexta-feira três edições do “Zig Zag”**, em três períodos horários diferentes, entre as 07h00 e as 14h00, das 17h00 às 18h00 e entre as 20h00 e as 21h00. Nos fins de semana desaparece a sessão da tarde e as da manhã e de horário nobre são encurtadas, ganhando visibilidade na RTP1.

Entreter é a função principal dos conteúdos para os mais novos (66,9 % da duração), **segundo-se formar**, com 31,4 % do tempo total dos *infantis/juvenis*. As 48 horas de programação destinadas a *informar* tornam esta função a menos pronunciada em 2013 (1,7 %).

Os *desenhos animados* (53,1 %) e os *educativos* (31,1 %) especializados para os públicos infantojuvenis são os *géneros* mais extensos nas grelhas nos dias da semana e também dos fins de semana (respetivamente 51,0 % e 32,8 %).

No ano de 2013, a RTP2 difundiu 1283 horas de programação da categoria **cultural/conhecimento**, correspondentes à exibição de 2572 programas de sete *géneros* distintos.

Documentário foi o *género* da categoria *cultural/conhecimento* que se revelou visivelmente dominante (57,6 %), mais de dez por cento acima do valor registado em 2012. Estes conteúdos são também os

mais frequentes (37,9 %). Já os *educativos* são os menos significativos em duração (3,8 %). A programação considerada na categoria *culturais/conhecimento* cumpre três funções: *informar*, *formar* e *entreter*, respetivamente 68,1 %, 24,0 % e 7,9 % do tempo de emissão.

Quase metade da programação de cultura e conhecimento da RTP2 (46,8 %) concentrou-se no horário da tarde.

A RTP2 mantém-se como o serviço de programas com o **maior volume de conteúdos** vocacionados para os **grupos minoritários**, entre os generalistas em sinal aberto do panorama televisivo nacional, com um total de dez programas que vão desde a *informação cultural*, aos *institucionais*, passando pelos *educativos* e os *religiosos*, entre outros.

Os dez títulos exibidos em 2013 perfazem mais de metade das 1080 edições contabilizadas nos quatro serviços de programas (53,3 %) e das horas de emissão (58 %).

Regista-se uma diminuição do número de exibições anuais de programas para públicos minoritários relativamente a 2012, que passaram de 736 para 576 unidades recenseadas em 2013, com uma redução horária de cerca de 80 horas/ano. A redução fica a dever-se à transferência dos programas “Fórum África”, “África 7 Dias”, “Músicas d’África”, “Consigo” e “Vivo em Portugal” da RTP2 para a RTP1, no segundo semestre de 2013, e ao facto de ter deixado de transmitir o *magazine informativo* “África Global”.

Os programas integrados nas grelhas da RTP1 aos fins de semana deixaram espaço para a difusão de conteúdos *infantis/juvenis* no espaço deixado vago na RTP2.

Quanto à SIC: No ano de 2013 a SIC exibiu 7564 programas sujeitos à presente análise, num total de 6225 horas de emissão.

A SIC também assenta o **maior volume horário em três categorias**, das sete que apresenta: **ficção** (36,8 %), **entretenimento** (29,3 %) e **informativo** (21,7 %) totalizam três quartos do tempo de emissão.

A análise detalhada da programação da SIC permitiu identificar 26 *géneros* televisivos, menos um do que no ano transato.

Deteta-se a prevalência destacada de três *géneros* em horas de emissão: **talk-show** (21,1 %) **serviço noticioso** (20,8 %) e **telenovela** (20,7 %). No seu conjunto, os três *géneros* correspondem a **62,6 % da totalidade das horas de programação** contabilizadas. Resta menos de 40 % do tempo de emissão distribuído pelos outros 23 *géneros* presentes nas grelhas.

Da leitura cruzada de *géneros* e *funções* resulta uma percepção mais aturada da diversidade da programação.

Na SIC, **entreter** correspondeu a mais de três quartos (75,6 %) do tempo total de emissão. *Informar* foi a segunda categoria mais destacada, com 23,7 %. A programação de cariz formativo ocupa apenas 1,6 % das horas anuais de emissão. Mais residual foi a presença de programas com o objetivo de *promover/divulgar* (0,01 %).

A reposição de programas é um dos indicadores da diversidade da programação. Na SIC estes conteúdos atingem perto de um décimo da duração total, com 564 horas.

As **telenovelas são o grande suporte das reexibições**, já que correspondem à quase totalidade da duração deste tipo de programação na SIC (97,6 %).

No período nobre de programação televisiva, a SIC exibiu um total de 968 programas, traduzidos em mais de 851 horas de emissão e distribuídos por 13 *géneros* televisivos.

O *serviço noticioso*, “Jornal da Noite”, equivale a mais de metade (54,7 %) da duração dos programas desta faixa horária.

A *telenovela* é o segundo género mais destacado, com 31,2 % da duração dos programas exibidos entre as 20h00 e as 22h59, seguindo-se o *concurso/jogo*, que corresponde a apenas 5,2 % desse tempo.

Os conteúdos **informativos** representaram um pouco mais de um quinto da duração da programação da SIC (1350h35m34s; 21,7 %), um peso percentual ligeiramente inferior ao registado em 2012 (21,9 %), mas com um acréscimo em termos brutos de quase 14 horas/ano.

A programação informativa da SIC foi **escassa em diversidade** e cingiu-se a três *géneros* de programas, com uma grande prevalência dos **serviços noticiosos**, que representam aproximadamente 96 % da duração total da categoria.

Os restantes programas de informação distribuem-se por **magazines informativos** (4,0 %) e pelas três horas de **edições especiais** (0,2 %). Desaparecem os *boletins meteorológicos* e as *reportagens*, em relação a 2012.

A SIC cumpre e ultrapassa a exigência de incluir nas grelhas três blocos noticiosos diários, contemplando em média de 3,3 por dia.

Por outro lado, em 2013 regista-se o incumprimento da apresentação de programas autónomos de *debate* e *entrevista* com cadência semanal.

O horário nobre foi o único período em que se registou programação das três categorias de informação emitidas pela SIC. As noites/madrugadas da SIC tiveram apenas *magazines informativos*.

Os *serviços noticiosos* são o *género* dominante em ambos os períodos semanais apreciados, sendo quase totalitários de segunda a sexta-feira (99,5 %).

A programação **infantil/juvenil** da SIC, 9,1 % da sua programação total, tornou-se mais escassa em 2013, com as 566 horas a representarem um decréscimo de quase cem horas face ao ano anterior.

Pela positiva, assinala-se que género *educativo infantil/juvenil* é a novidade da programação para os mais jovens da SIC, por troca com a *telenovela infantil/juvenil*.

A **escassez deste tipo de conteúdos** específicos faz-se sentir também ao nível da diversidade dos géneros, uma vez que se cinge à presença de três: **desenhos animados** (53,1 %), **ficção infantil/juvenil** (46,3 %) e **educativo infantil/juvenil** (0,6 %).

Entreter é a função de quase toda a programação *infantil/juvenil* da SIC (99,4 %).

Nas primeiras horas da manhã, é apresentado 99,0 % do tempo de emissão dos conteúdos dedicados aos mais jovens, na SIC.

A categoria de programação **cultural/conhecimento** contempla 154 horas de emissão e 488 programas do universo da programação anual da SIC, pertencentes a seis *géneros* distintos.

Observou-se o predomínio dos **documentários**, que ultrapassam metade da duração total da categoria (54,1 %).

Humanidades (20,8 %) é o segundo *género* mais relevante nas grelhas de programas de 2013, com 32 horas emitidas, tendo a proximidade da *informação cultural*, com menos duas horas de presença nas grelhas (19,6 %).

A SIC privilegia fortemente a *função informar* em quase três quartos (73,6 %) da duração da programação total da categoria *cultural/conhecimento*. *Formar* detém um peso de 24,0 %. Dois *espetáculos* cumprem a *função entreter* (2,3 %).

Mais de metade da duração dos programas *culturais/conhecimento* da SIC ocorreu no período da noite/madrugada (55,0 %), no qual também ofereceu maior variedade de géneros.

54,4 % da duração de programas de *cultura/conhecimento* ocorreu nos dias de fim de semana.

Em termos dos programas destinados à **promoção da diversidade** cultural e dos interesses de grupos minoritários, a SIC manteve exatamente a mesma programação do ano transato: transmitiu durante todo o ano o magazine informativo “*Etnias*”, aos sábados de manhã, a partir das 06h00.

Quanto à TVI: A TVI exibiu 7043 programas que somaram 6718h52m15s de emissão no ano de 2013.

Três categorias são pedras basiliares da programação da TVI, as mesmas apresentadas pela SIC e pela mesma ordem de importância: **ficção** é a categoria que soma mais tempo de emissão (34,0 %); segue-se o **entretenimento** (30,8 %) e os **informativos** (24,7 %). A prevalência destas representa nove em cada dez horas de programação.

Os programas com menor peso horário nas grelhas da TVI são os *culturais/conhecimento* (0,7 %).

A difusão de programação variada é um requisito que acomete todos os serviços de programas generalistas em análise. Foram identificados 27 *gêneros* televisivos na TVI, menos dois do que em 2012.

A **telenovela** ocupa um quinto da programação anual em horas (20,8 %). Seguem-se o **talk show** (16,2 %), os **serviços noticiosos** (12,9 %) e os **magazines informativos** (11,7%). Estes quatro *gêneros* completam três quintos (61,6 %) da duração anual do serviço de programas, os outros 23 somam menos de 40 %.

A TVI tem como obrigação a transmissão semanal da eucaristia dominical. Em 2013 emitiu 50 e ainda outras missas relacionadas com dias comemorativos da Igreja Católica.

A programação da TVI mostra-se **desequilibrada no que se refere às funções** cumpridas pelos seus programas: **Entreter** domina largamente, com **71,7 % das horas de emissão**. **Informar** surge na segunda posição, com cerca de um quarto da duração dos programas exibidos (25,2 %). É reduzido o peso relativo das duas outras – **formar** (1,6 %) e **promover/divulgar** (1,5 %).

As **telenovelas** (29,0 %) e os **talk shows** (22,5 %) são os programas que mais contribuem para o volume da função *entreter*. **Informar** surge associada aos **serviços noticiosos** e aos **magazines informativos**, num montante conjunto de 97,9 % da duração horária da *função*. **Promover/divulgar** vigora em exclusivo nos programas de índole religiosa. **Educativo infantil/juvenil** (62,0 %) e **artes e media** (38,0 %) compõem a *função formar*.

A TVI é o serviço de programas em que as *reexibições* mais pesam nas grelhas de programação.

15,6 % do tempo de emissão da TVI são conteúdos repostos, em resultado de 1154 programas (16,4 %).

As **telenovelas** são o grande suporte das *reexibições* na TVI que preenchem **75,7 %** do tempo total desta programação.

No período horário que se considera que concentra a maior variedade de públicos, o **horário nobre**, os operadores devem fornecer variados *gêneros* de programas.

A TVI exibiu 14 *gêneros* entre as 20h00 e as 22h59, num total de 1027 programas que resultaram em 847 horas de duração.

Os três *gêneros* mais relevantes totalizam 88,7 % do tempo de emissão, indicando uma concentração em torno destes: **serviços noticiosos** (51,7 %), **telenovelas** (23,6 %) e **reality shows** (13,3 %).

No que respeita às *funções* da programação de horário nobre, a TVI apresenta apenas duas, com predomínio de *informar* (52,9 %) face a *entreter* (47,1 %).

Como se referiu atrás, os **informativos** preencheram um quarto da duração total da TVI, com 1660 horas de emissão anual, mais 30 horas do que no ano anterior, colocando-se como terceiro *gênero* do serviço de programas. Em 2013, assiste-se à bipolarização dos *informativos* em torno dos **serviços noticiosos** (52,3 %) e dos **magazines informativos** (47,4 %).

O número de *serviços noticiosos* emitidos (729) é insuficiente para responder à exigência de apresentação de três noticiários diários. Apenas sai respondida quando se alarga a noção de bloco de notícias aos **magazines informativos**, já que assim se regista uma média de 4,3 programas destes dois *gêneros* por dia.

A TVI, tal como a SIC, é **incumpridora** no que toca à obrigação de emitir com **cadência semanal** programas autónomos de **debate** e **entrevista**.

No horário nobre os *serviços noticiosos* ocupam 99,2 % da duração, deixando representação escassa para *edição especial* (0,4%), *entrevista* (0,2 %), *reportagem* (0,1 %) e *magazine informativo* (0,1 %).

A TVI mostra, como a SIC, uma tendência de redução da importância da categoria dos *infantis/juvenis*: a sua duração total reduz de 617 horas para 483 horas e o número de programas de 1140 para 985.

Com 184 horas de emissão, a **ficção infantil/juvenil destaca-se dentro da programação dirigida aos mais jovens** (38,1 %). Os **deseñhos animados** (36,2 %) seguem de perto, deixando à distância os educativos (14,1 %).

As **telenovelas infantis/juvenis perderam relevância** de um ano para o outro: passaram de quase um quarto para um décimo (10,3 %) da duração dos *infantis/juvenis*. A mesma tendência havia sido registada no ano anterior e fica a dever-se à extinção de “Morangos com Açúcar”.

Entreter domina a programação para o público infantojuvenil, ocupando 84,5 % do tempo total. Mais de 68 horas dos conteúdos têm a intenção de *formar* os públicos mais jovens, através do *gênero educativo infantil/juvenil*, que cumpre a totalidade da *função*. **Informar** cumpre-se através das 14 *exibições* de “A Verdade de Cada Um”.

Perto de nove em cada dez horas de programação *infantil/juvenil* emitidas pela TVI ocorreram no período da manhã (89,5 %).

A programação infantojuvenil da TVI distribui-se entre **88,8 %** nos **fins de semana** e 11,2 % nos dias de semana.

Com apenas 78 programas infantojuvenis emitidos nos dias de semana, em 2013 a TVI encontra-se longe de cumprir a obrigação de emitir programação para estas faixas da população com periodicidade diária.

A TVI exibiu mais de 47 horas de conteúdos **culturais/conhecimento**, um aumento de nove horas relativamente a 2012, mas dela constaram apenas dois *géneros*.

Artes e media foi o *género* predominante nos conteúdos de cultura da TVI, com 89,2 % da duração. A *informação cultural, género* de maior duração em 2012, recuou significativamente em 2013, somando apenas cinco horas de duração (10,8 %).

Formar (88,3 %) e *informar* (26,8 %) foram as únicas funções cumpridas pela programação de cultura e conhecimento da TVI.

Toda a programação de cultura e conhecimento da TVI foi emitida entre as 23h00 e as 6h00.

A TVI concentrou a sua programação de cultura e conhecimento nos dias de semana, nos quais pontifica 99,4 % do tempo de emissão.

A TVI manteve inalterada a opção programática herdada dos anos anteriores para a programação dedicada aos **grupos minoritários**, com a exibição semanal do *magazine informativo* “**Todos Iguais**”. Este foi exibido à segunda-feira, das 06h00 às 06h30 e a sua duração total ficou ligeiramente aquém das 27 horas/ano.

Quanto à RTP Informação: Em 2013, a RTP Informação apresentou mais de 12 mil programas nas suas grelhas de emissão, que totalizaram 8341h22m05s de programação. Tratando-se de um canal de informação, não surpreende o peso alcançado pelos *géneros informativos, com mais de sete mil horas de emissão (7040h12m58s, 85 %) e de três quartos dos programas exibidos (9421, 76,6 %)*.

Assiste-se a um **reforço da posição dos programas informativos** nas grelhas de emissão RTP Informação, relativamente a 2012, com o **recuo do entretenimento**, que regista uma duração inferior a uma hora.

Como se tem verificado em avaliações anteriores, a seguir aos *informativos* destacam-se os programas **desportivos**, com um décimo das horas anuais de programação (10,9 %).

Porém, a divulgação de temas ligados à cultura e ao conhecimento (12,1 %) tem vantagem em número de programas relativamente aos conteúdos de desporto (9,7 %).

Os **desportivos** apresentam em *média 45 minutos de duração e cada programa de cultura/conhecimento* está no ar **cerca de 15 minutos**: em termos diários, representa uma exposição na casa das 2 horas e meia para os *desportivos* e sensivelmente 1 hora para o segundo grupo de conteúdos.

A desagregação da programação televisiva de acordo com as subcategorias de *género* atesta a **grande projeção dos serviços noticiosos**.

Com mais de metade das horas de programas exibidos no ano (56,4 %), os *serviços noticiosos* são o *género* mais relevante nas grelhas da RTP Informação, com perto de 13 horas diárias de emissão. Em 2013, por cada dez programas exibidos, quatro enquadram-se neste *género* televisivo (40,8 %).

Os **magazines informativos, segundo género** mais relevante em duração na programação de 2013 (16,2 %), também contribuem para a forte componente informativa do serviço de programas da RTP.

O **comentário desportivo é o terceiro género** com maior duração na antena da RTP Informação, com 552 horas de emissão (6,6 %), com destaque para os programas de análise de futebol – “Grande Área”, “Trio d’Ataque” e “Zona Mista”.

Os **três géneros prevaletentes** – *serviço noticioso, magazine informativo e comentário desportivo* – correspondem a **80 % da duração total** dos programas exibidos em 2013 (79,2 %).

Hegemónicos em todos os períodos horários, os *géneros informativos* perdem algum do seu protagonismo no intervalo das 20h00-23h00, e novamente depois dessa hora até às 06h00.

Ao longo do dia passam de 93,7 % da duração dos programas exibidos no horário da *manhã* (06h00-12h59m), para 75,5 % no horário nobre, subindo ao longo da *noite/madrugada* para os 77,7 %. O afrouxamento dos *informativos* nestes dois períodos horários é compensado com o incremento dos *desportivos* (13,2 % e 19,7 % da duração de cada período) e dos *culturais/conhecimento* no horário nobre (11,1 %).

Sem perplexidade, a função *informar* é a mais relevante na programação do canal de notícias da RTP: representa 97,7 % da duração e 90,4 % da frequência de exibições. *Entreter* e *formar* apresentam respetivamente 1,2 % e 1,1 % da duração. Apesar de, proporcionalmente, os programas com intuítos formativos serem mais frequentes nos alinhamentos da RTP Informação, os que visam o entretenimento têm uma duração superior, como é o caso das *transmissões desportivas*.

Em 2013, **14,7 % do total da duração** total da RTP Informação correspondem a **reposições**, para 14 % dos 12 295 programas exibidos.

É no período da **noite/madrugada que o nível de reexibições é mais elevado**, principalmente do *serviço noticioso* “24 Horas”, contrariamente ao que acontece durante as *manhãs*.

Se apenas um décimo da duração dos *informativos* corresponde a reexibições (11,1 %), no caso dos *desportivos* e dos *culturais/conhecimento* esse valor sobe para um terço da duração respetiva (34,7 % e 33,7 %).

Saliente-se o facto de os programas de *informação cultural*, de *comentário desportivo* e de *comentário geral* serem os únicos géneros em que o número de reposições supera o de primeiras exibições.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

Durante o ano 2013 os serviços de programas generalistas nacionais regularmente analisados, RTP1, RTP2, SIC e TVI, registaram um total de 341 situações de alteração da sua programação, sendo que o maior número de casos de alterações à programação verificou-se na RTP1 (216) e o menor nos serviços dos dois operadores privados, SIC e TVI, ambos com 24 situações registadas.

Foram, assim, os dois serviços do operador RTP que lideraram o número de alterações de programação (293), ficando tal a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão.

Analisando a distribuição por mês do total dos casos identificados no âmbito global dos quatro serviços analisados, verificou-se que o mês com maior incidência de ocorrências foi março (39) e o que registou o menor número foi novembro (8).

Comparando os valores com o ano imediatamente anterior, verifica-se que, exceto na RTP1, ocorreram descidas no número total de casos de alteração da programação nos restantes serviços de programas analisados, o que originou uma recuperação de 393 para 341 ocorrências.

Confirma-se, assim, uma evolução positiva dos operadores nos últimos anos, verificando-se uma acentuada descida do número de casos totais na alteração da programação.

No ano 2013 foi ainda analisado, por amostragem aleatória, um mês de programação dos serviços de programas de âmbito nacional MVM, temático de música, de acesso não condicionado com assinatura, do operador NEXTV - Televisão, Rádio e Multimédia, S.A., TV Cine 1 e TV Cine 2, temáticos de cinema, de acesso condicionado, do operador

ZON Conteúdos - Atividade de Televisão e Produção de Conteúdos, S.A., SPORT TV 1 e SPORT TV, temáticos de desporto, de acesso condicionado, do operador SPORT TV Portugal, S.A., e Benfica TV, temático de desporto, de acesso condicionado (a 31 de dezembro de 2013), do operador Benfica TV, S.A..

Exceto no caso da Benfica TV, esta verificação foi integrada na avaliação intercalar efetuada às autorizações dos referidos serviços. As análises efetuadas não originaram abertura de procedimento contraordenacional.

Por sua vez, as 341 situações de alteração da programação registadas nos serviços de programas regularmente analisados (RTP1, RTP2, SIC e TVI), após verificação dos motivos que estiveram na sua base, foram tidas como justificadas por subsumíveis nas exceções do n.º 3 do art.º 29.º da Lei da Televisão ou, em casos raros, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral, tendo-se arquivado todos os processos nesse ano, com exceção do processo relativo a fevereiro na RTP2, o qual motivou a abertura de processo contraordenacional, em curso no final do ano em análise.

Foram ainda, não raras vezes, os operadores alertados para a necessidade de uma gestão expedita da publicidade, designadamente reduzindo as autopromoções (que não têm implicações com entidades terceiras), com o objetivo último de minorar as implicações efetivas na sua programação, nomeadamente possibilitando a redução dos desvios e efeito cascata.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

Prevê o artigo 44.º da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido que os serviços de programas portugueses de cobertura nacional devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões a programas originariamente em língua portuguesa e 20 % a obras criativas de produção originária em língua portuguesa, sendo que no apuramento desta última apenas foram contabilizadas as cinco primeiras exibições de cada obra.

Dos 42 serviços avaliados em 2013, destaca-se um grau de cumprimento elevado nas percentagens de programas originariamente em língua portuguesa nos serviços generalistas, temáticos de informação, temáticos de desporto e, ainda, nos temáticos *Benfica TV*, *Porto Canal*, *Q* e *Canal 180*. Já os serviços de programas com temáticas de cinema, música e infantis, dos operadores ZON Conteúdos, DREAMIA, SIC, HOTGOLD e MTV Networks, têm revelado maiores dificuldades em atingir a referida quota, o que decorre da base da sua programação ser maioritariamente de origem americana.

Quanto à difusão de obras criativas, são os serviços de natureza temática associada ao desporto, informação e, conseqüentemente, os que têm uma diminuta percentagem de programas originariamente em língua portuguesa, que se situam aquém da quota prevista.

Cotejados os dados com os de 2012, verifica-se que, no que respeita à percentagem de programas originariamente em língua portuguesa, 24 serviços de programas melhoraram os seus resultados, registando-se 13 subidas nas percentagens de conteúdos criativos.

De referir que alguns dos serviços analisados, nomeadamente os temáticos com obrigações em matéria de informação, educação, cultura e diversão, poderão estar abrangidos pelos critérios de aplicação previstos no artigo 47.º da Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido, conquanto tal prerrogativa não se traduza numa isenção na aplicação das normas.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E INDEPENDENTE

Os serviços de programas dos operadores de televisão sob jurisdição nacional devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na sua programação e assegurar que, pelo menos, 10 % da sua programação seja preenchida com obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos, nos termos dos artigos 45.º e 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

No ano 2013, foram avaliados 42 serviços de programas, verificando-se que, na generalidade, o desempenho global foi positivo, já que a proporção de obras europeias ultrapassou a quota maioritária, em 31 serviços de programas, incluindo todos os serviços generalistas, com uma tendência crescente em relação ao período precedente (24).

Os restantes 11 serviços temáticos, *SIC K, Panda Biggs, TVC1, TVC2, TVC3, TVC4, TV Séries, MOV, Hollywood, Sport TV Golfe e Hot TV* não atingiram a percentagem determinada para a exibição de obras europeias.

No caso das obras criativas europeias recentes de produtores independentes, a tendência é descendente, uma vez que somente 29 serviços de programas atingiram o objetivo de 10 % de tempo de antena reservado a estas obras, face a 2012 (31), e os restantes 14 não atingiram o valor determinado, caso da *RTP Memória, TVC2, TVC3, TVC4, TV Séries, MOV, Canal Panda, Panda Biggs, Hollywood, canal Q, Hot TV, MTV Portugal e Localvisão TV*.

Já em relação à produção independente, de acordo com os critérios da Diretiva SCSA, somente 4 serviços não atingiram os 10 % estipulados, mas, na generalidade, a maior parte das obras exibidas são recentes.

Os serviços de programas temáticos, em especial os infantis/juvenis e os de cinema, revelam maior dificuldade em alcançar os valores fixados, pelo que, é tida em conta «a natureza específica dos serviços de programas televisivos temáticos e as responsabilidades do operador em matéria de informação, educação, cultura e diversão», segundo o disposto no n.º 1 do artigo 47.º da LTSAP, conquanto tal não os isente das referidas obrigações.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

No ano 2013, foram analisados os diferentes tempos de mensagens que preenchem os intervalos nos serviços de programas generalistas, RTP1, SIC e TVI, através dos quais se pode concluir que a maior parte desse tempo é ocupado com autopromoções.

No que respeita ao cumprimento das normas previstas na Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido, em matéria de separação, identificação e inserção das mensagens publicitárias na televisão, tendo presente o disposto nos artigos 40.º-A, 40.º-B, 40.º-C, 41.º, 41.º-A e 41.º-C da Lei da Televisão, verificou-se que, na generalidade, os operadores revelaram-se cumpridores das normas.

Foram registadas situações pontuais de inobservância na identificação de mensagens publicitárias, em especial no que respeita às “ajudas à produção”, e de inserção de mensagens de publicidade televisiva isoladas, nomeadamente em telenovelas.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

A indústria do entretenimento continua a ser predominante no setor audiovisual, cujas mutações ao nível de géneros e países de produção são cada vez mais circunscritas à produção com origem nos EUA. Em todos os serviços de programas a operar em sinal aberto (*RTP1, RTP2, SIC e TVI*) o macrogénero *entretenimento*, resultante de produções independentes, assume uma posição maioritária em número de horas exibidas.

De destacar que representa também reflexo desta indústria de entretenimento, o facto de os pedidos de autorização requeridos, em 2013, para o exercício da atividade de televisão se centrarem nesta temática.

Relativamente às produtoras nacionais, de uma forma geral, assiste-se a um aumento do número de horas exibidas pelos serviços de programas emitidos por via hertziana, continuando a Endemol e a Coral a figurar no topo do *ranking* de produtoras.

Ao nível dos países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional, regista-se o predomínio dos conteúdos com proveniência dos EUA,

seguido da França e Brasil; ainda que com um volume de horas idêntico ao apresentado em 2012, este último desce para terceiro no *ranking*. Embora figurando entre os principais produtores, o total dos países europeus situa-se aquém das produções provenientes dos EUA.

Como contributo para a tendência geral enunciada surgem as produções cinematográficas, assumindo-se os EUA como o principal fornecedor de conteúdos. Já a subida da França no *ranking* decorre da exibição de mais conteúdos infantis/juvenis, nomeadamente no *Canal Panda*.

De referir que, da análise relativa aos serviços de programas com temática infantojuvenil, constatou-se que o *Canal Panda* e *Panda Biggs* têm um volume de horas de primeira exibição inferior ao alcançado pelos serviços generalistas, *SIC* e *RTP2*, neste tipo de programação. Isto resulta de cerca de um terço da emissão ser ocupado essencialmente por autopromoções e outros elementos de antena.

Nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, a *RTP2*, embora com retrocesso face a 2012, assume-se como aquele que exhibe maior número de horas do género infantojuvenil.

Quanto aos principais produtores de conteúdos para a produção infantojuvenil, encontramos uma distinção entre os serviços generalistas, exibindo o serviço público mais produções de origem europeia e os serviços privados, de origem americana.

No que se refere aos temáticos infantojuvenis, o predomínio global é de produção de origem americana. Contudo há que ressaltar o facto de a França assumir um significativo volume de horas, quer no *Canal Panda*, quer na *SIC K*. Outro dado relevante prende-se com o peso assumido pelas produções asiáticas, nomeadamente com proveniência do Japão, o qual representa cerca de 19% do total dos programas exibidos.

A ERC EM 2013

NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

SÃO OS SEGUINTE OS NÚMEROS MAIS RELEVANTES SOBRE A ATIVIDADE DA ERC EM 2013:

- > **276** Deliberações.
- > **55** Reuniões do Conselho Regulador.
- > **2** Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar para a Ética, Cidadania e Comunicação.
- > **2** Reuniões do Conselho Consultivo.

E ainda:

- > **7033** Entradas.
- > **1045** Processos abertos.
- > **65** Recursos humanos.
- > **64 200,00** Euros investidos em estudos/investigação realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas).

- > **3** Publicações:
 - *Relatório de Regulação 2012;*
 - *Relatório de Atividades e Contas 2012;*
 - *Relatório de Acompanhamento da Observância do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária 2011.*

Outros dados em 2013:

- > **1 454 118,64** Euros de montante cobrado líquido referente à taxa de regulação e supervisão;
- > **20 906,93** Euros investidos em sistemas de informação.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

DELIBERAÇÕES
DO CONSELHO REGULADOR

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

1. A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

Em 2013, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social procedeu à abertura de 1045 processos, tendo-se pronunciado sob a forma de deliberação em 276 desses casos. As restantes situações analisadas pelos serviços da ERC foram concluídas com um esclarecimento sob a forma de informação ou com a comunicação da decisão de arquivamento.

Neste ano, os membros do Conselho Regulador da ERC reuniram formalmente por 55 ocasiões. As matérias referentes a Conteúdos Programáticos, Conteúdos Jornalísticos, Rigor Informativo e Autorizações (ora para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio, ora para o exercício da atividade de televisão através de novos serviços de programas) dominaram no global os temas alvo de pronúncia por parte dos Conselheiros.

Fig. 1 – Agregado das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2013

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Outros	Total
Autorizações	0	47	9	0	0	56
Conteúdos	21	4	21	6	3	55
Processos contraordenacionais	0	0	0	0	31	31
Direito de resposta	48	0	3	0	0	51
Direito dos jornalistas	0	0	0	0	8	8
Licenças	0	6	0	0	0	6
Obrigações de Programação	0	0	1	0	0	1
Pareceres	0	0	1	0	7	8
Pluralismo	1	2	4	0	1	8
Publicidade	3	0	3	0	0	6
Sondagens	17	0	1	4	15	37
Outros	1	0	4	1	3	9
Total	91	59	47	11	68	276

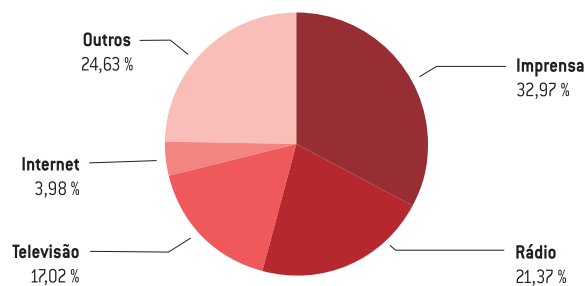
A área da imprensa representou 32,97 % das deliberações adotadas pela ERC. Questões como o exercício do Direito de Resposta e de Retificação, o Rigor Informativo e a Divulgação de Sondagens destacaram-se no universo das pronúncias da ERC. As deliberações que envolveram diferentes órgãos de informação representaram 24,63 % do total, enquanto a área da Rádio representou 21,37 %, a da Internet 3,98 % e a da Televisão 17,02 %.

A ERC registou a entrada de 186 participações relativas a serviços de programas televisivos e emitiu, ainda nesse ano, 45 deliberações. Os três serviços de programas televisivos mais visados nas participações apresentadas na ERC foram a TVI (77 queixas), a RTP1 (49 queixas) e a SIC (26 queixas). No ano 2012, também tinham sido estes os serviços de programas mais referenciados, surgindo a TVI com 443 queixas, a RTP1 com 45 e a SIC com 40.

O programa de televisão “Casa dos Segredos 4”, transmitido na TVI, foi o programa que, em 2013, registou o maior número de participações junto da ERC. As 15 queixas rececionadas incidiram sobre os conteúdos apresentados, a utilização de linguagem alegadamente inapropriada, o alegado consumo de estupefacientes e a referência à alegada existência de violência no programa. Seguiu-se o programa “Big Brother VIP” que registou 12 participações na ERC. As queixas recebidas contra este programa referiram-se a alegados comportamentos e comentários xenófobos proferidos por alguns dos protagonistas do programa, à alegada utilização de violência psicológica entre os concorrentes e à questão das votações.

Na terceira posição surgiu a novela “Doida por ti” com oito participações referentes ao horário de exibição. Logo de seguida, com sete participações, surgiu o programa “Casa dos Segredos - Desafio Final” pela utilização de linguagem imprópria, e os programas “Bom dia Portugal” e “Praça da Alegria”, por uma alegada interrupção dos serviços de interpretação por Língua Gestual Portuguesa.

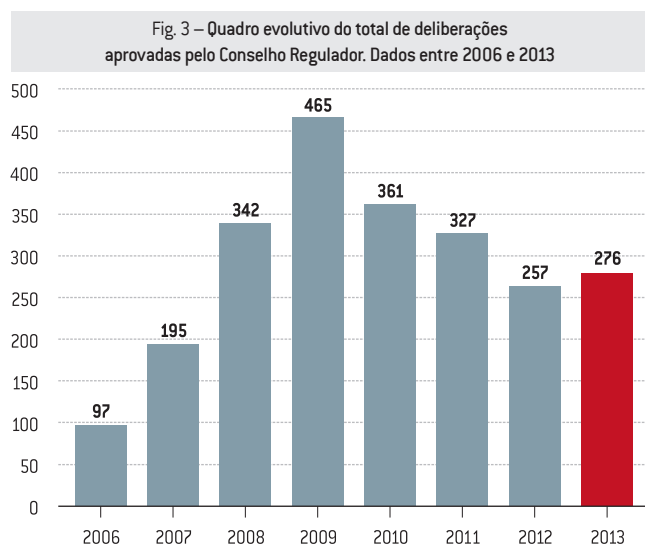
Fig. 2 – Percentagem das deliberações aprovadas por órgãos de comunicação social. Agregado do ano 2013



Nesta fase, sobressaiu também a atividade deliberativa do regulador no que respeita à emissão de pareceres que se inserem na sua esfera de atribuições. Em concreto sobre o Projeto de Lei n.º 439/XII (2.ª) do PS que define regras de acesso à atividade de comunicação social, sobre o Projeto de Despacho relativo aos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público, sobre o Projeto de operação de concentração de aquisição do controle exclusivo, consubstanciado na aquisição indireta do controle exclusivo da Cabovisão - Televisão por Cabo, S.A., pela Altice VII, SARL., sobre o estudo Televisão Digital Terrestre em Portugal, da responsabilidade da Autoridade da Concorrência e sobre a alteração do Diretor na RTP Informação.

O Conselho Regulador pronunciou-se também sobre matérias respeitantes às regras do pluralismo nos meios e ao tema da publicidade

por alegadas violações do princípio da identificabilidade e infrações das regras dos seus tempos de emissão. Nesta fase, a ERC pronunciou-se ainda sobre oito situações em que estavam em causa direitos dos jornalistas, designadamente alegadas violações do direito de acesso às fontes de informação e concluiu 31 processos contraordenacionais.



A ERC entrou em funções em fevereiro de 2006. Desde o início da sua atividade foram aprovadas 2320 deliberações.

No site da ERC disponibiliza-se o acesso ao texto integral das deliberações adotadas pelo Conselho Regulador em 2013, organizadas por categoria temática de intervenção.

De seguida, reproduz-se o sentido dessas deliberações tendo sido adotado como critério de organização o meio em que se suporta o órgão de comunicação social, designadamente Televisão, Imprensa, Rádio, Internet e Diversos. Numa segunda estruturação surgem as deliberações relativas a Sondagens, Direitos de Jornalistas, Pareceres e Decisões de Processos Contraordenacionais.

SÚMULA DAS DELIBERAÇÕES

1.1. TELEVISÃO

1.1.1. Autorizações

- **Deliberação n.º 1/2013 (AUT-TV)**

Extinção da autorização para o exercício da atividade de televisão através do serviço de programas televisivo temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado *HOUSE TV*, determinando-se o seu cancelamento oficioso.

- **Deliberação n.º 8/2013 (AUT-TV)**

Autorização da modificação do projeto autorizado ao serviço de

programas SIC Radical, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação, de generalista para temático, nos termos requeridos, atendendo à natureza específica deste serviço de programas na avaliação do cumprimento das obrigações dos serviços de programas em matéria de difusão de obras audiovisuais.

- **Deliberação n.º 164/2013 (AUT-TV)**

Autorização da alteração do projeto do serviço de programas Benfica TV.

- **Deliberação n.º 236/2013 (AUT-TV)**

Autorização da atividade de televisão através do serviço de programas temático de novelas e séries, de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado *+ Novelas*, nos termos requeridos pela entidade UPSTAR COMUNICAÇÕES, S.A.

- **Deliberação n.º 237/2013 (AUT-TV)**

Conclusão de que, em matéria de anúncio da programação, ao tempo reservado à publicidade e às regras de inserção de publicidade, o serviço de programas TV Cine1, do operador ZON Conteúdos - Atividade de Televisão e de Produção de Conteúdos, S.A., teve um desempenho globalmente consentâneo com as exigências legais.

- **Deliberação n.º 243/2013 (AUT-TV)**

Aprovação do relatório referente à avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV Cine 2, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

- **Deliberação n.º 244/2013 (AUT-TV)**

Autorização da atividade de televisão através do serviço de programas temático de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado SIC Caras, nos termos requeridos pela entidade SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

- **Deliberação n.º 243/2013 (AUT-TV)**

Aprovação do Relatório referente à avaliação intercalar da autorização do serviço de programas TV Cine 2, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, no período compreendido entre maio de 2008 e abril de 2013.

1.1.2. Conteúdos

- **Deliberação n.º 20/2013 (CONTPROG-TV)**

Abertura de um processo contraordenacional contra o operador televisivo SIC - Sociedade Independente, S.A., enquanto proprietário do serviço de programas SIC Radical, por se dar por verificada a transgressão do n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, no que respeita à exibição do episódio da série "Show me Yours", no dia 18 de agosto

de 2012, pelas 14 horas, no seguimento de uma participação apresentada por António Nunes devido à exibição de conteúdos de carácter sexual antes das 22h30m.

- **Deliberação n.º 55/2013 (CONTPROG-TV)**

Não seguimento da participação contra a edição de 29 de setembro do programa “Nas Ruas”, da SIC.

- **Deliberação n.º 56/2013 (CONTPROG-TV)**

Improcedência da participação de Ana Paula Lima contra a TVI pela alegada exibição de cenas de violência em horário impróprio.

- **Deliberação n.º 81/2013 (CONTPROG-TV)**

Provimento da participação de Manuel Jorge Rodrigues dos Santos Correia contra a SIC Radical, instando-se o serviço de programas a, doravante, se abster de realizar cortes ou quaisquer outras alterações que atentem contra integridade das obras e lesem, por isso, o direito dos telespetadores, bem como instaurando-se um processo contraordenacional, por violação do disposto no artigo 42.º Lei da Televisão e Serviços Audiovisuais a Pedido, nos termos do artigo 75.º, n.º 1, alínea a), do mesmo diploma.

- **Deliberação n.º 106/2013 (CONTPROG-TV)**

Improcedência da exposição de Tiago Carneiro e outros contra a SIC.

- **Deliberação n.º 122/2013 (CONTPROG-TV)**

Não seguimento das participações de José Diogo Carvalho e de Luís de Sousa contra a SIC Radical.

- **Deliberação n.º 126/2013 (CONTPROG-TV)**

Apelo à responsabilidade social e à ética de antena da Benfica TV, exortando a que envide esforços no sentido de, nos programas informativos com espaços de antena aberta, prevenir a ocorrência de comentários potencialmente ofensivos para terceiros, sejam indivíduos ou outros clubes, apesar de o Conselho Regulador estar plenamente consciente das especificidades e dificuldades próprias destes programas com comentários em direto.

- **Deliberação n.º 138/2013 (CONTPROG-TV)**

Verificação da transgressão pela SIC do n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, no que respeita ao horário de exibição do filme “Vingança Rápida” e à ausência de identificativo visual adequado, com instauração de processo contraordenacional ao abrigo do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 76.º da Lei da Televisão.

- **Deliberação n.º 159/2013 (CONTPROG-TV)**

Sensibilização da TVI no sentido de pautar a sua conduta pela ética de antena orientada por elevados padrões e pelas boas práticas que se impõem pelos temas concretamente abordados, evitando perturbar a dor dos familiares atingidos pela tragédia, e dispensando tra-

tamentos idênticos a casos idênticos, assim assegurando a responsabilidade social que impende sobre os meios de comunicação social.

- **Deliberação n.º 175/2013 (CONTPROG-TV)**

Sensibilização da SIC no sentido de exercer a sua liberdade de programação numa harmonização constante entre os conteúdos difundidos e os públicos expetáveis para os diferentes períodos horários, na sequência da participação de José Manuel Azevedo contra a SIC relativa à exibição do filme “Jerry Maguire”.

- **Deliberação n.º 195/2013 (CONTPROG-TV)**

Não provimento da participação de Miguel Oliveira contra o programa “Odisseia”, da RTP1.

- **Deliberação n.º 255/2013 (CONTPROG-TV)**

Não seguimento da participação de Luís Santos contra a TVI24, pela exibição do documentário “O preço dos inocentes”.

- **Deliberação n.º 31/2013 (CONTJOR-TV)**

Procedência da queixa da Associação Portuguesa de Energias Renováveis (APREN) e do seu presidente contra a TVI tendo como objeto a reportagem intitulada “Faturas de Betão”, emitida em 7 de maio de 2012, por violação do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista, bem como do determinado na alínea b) do n.º 1 do artigo 9.º e na alínea b) do n.º 2 do artigo 34.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, instando-se a TVI a zelar pelo equilíbrio no tratamento das fontes de informação que apresenta nos seus trabalhos jornalísticos, observando os princípios ético-deontológicos inerentes ao exercício da profissão.

- **Deliberação n.º 32/2013 (CONTJOR-TV)**

Instância à RTP ao cumprimento das obrigações constitucionais, legais e deontológicas que impõem a observância da não discriminação dos cidadãos com base na etnia, quando, como era o caso, esse atributo não se revelou necessário à compreensão da notícia, na sequência de participação do ACIDI - Alto Comissariado para o Diálogo Intercultural contra o programa “Bom Dia, Portuga”, do serviço de programas RTP1, pela difusão de uma peça jornalística sobre suspeitos de crimes com referência à etnia.

- **Deliberação n.º 51/2013 (CONTJOR-TV)**

Não provimento da participação apresentada contra a RTP por falta de rigor informativo e atentado ao bom nome de uma das pessoas visadas numa reportagem sobre o projeto de turismo de mergulho Ocean Revival, desenvolvido em Portimão.

- **Deliberação n.º 59/2013 (CONTJOR-TV)**

Não seguimento da participação do ACIDI - Alto Comissariado para o Diálogo Intercultural contra a RTP por afirmações alegadamente discriminatórias e estigmatizantes proferidas por um dos

intervenientes no programa “Justiça Cega?”, emitido a 31 de outubro de 2012.

- **Deliberação n.º 103/2013 (CONTJOR-TV)**

Não seguimento da participação de João Delgado contra a SIC, por alegada falta de isenção e rigor informativo.

- **Deliberação n.º 112/2013 (CONTJOR-TV)**

Não seguimento da participação de Esmeralda Maria Rocha Antas contra a TVI.

- **Deliberação n.º 177/2013 (CONTJOR-TV)**

Decisão de abertura de procedimentos contraordenacionais contra a sociedade Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., por violação do disposto no n.º 6 do artigo 35.º da Lei da Televisão e inobservância do disposto no artigo 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, que obriga a que o averbamento das alterações que sobrevenham aos elementos constantes do registo deve ser requerido no prazo de 30 dias contados a partir da data da sua verificação.

- **Deliberação n.º 246/2013 (CONTJOR-TV)**

Arquivamento da queixa do Governo Regional da Madeira contra a RTP Madeira a propósito de uma reportagem exibida a 7 de outubro no serviço noticioso “Telejornal Madeira”.

1.1.3. Direito de Resposta

- **Deliberação n.º 79/2013 (DR-TV)**

Improcedência do recurso apresentado pela Empresa Formigueiro Conteúdos Digitais, Lda., contra a SIC - Sociedade Independente de comunicação S.A.

- **Deliberação n.º 189/2013 (DR-TV)**

Decisão de instar a RTP1 a observar os princípios ético-legais que regem a prática do jornalismo, de modo a incrementar o nível de rigor da informação produzida, arquivando no mais a participação de Fernando Ribeiro Reis contra a RTP1 por alegada denegação do exercício do direito de resposta, quanto ao programa “Sexta às 9”, exibido no dia 15 de fevereiro de 2013, por o interessado não ter feito prova do exercício do direito de resposta.

- **Deliberação n.º 191/2013 (DR-TV)**

Provimento do pedido de difusão do texto de resposta apresentado pela Associação Humana Portugal contra a TVI, S.A., relativamente à notícia transmitida no dia 4 de abril de 2013, no “Jornal da Uma”.

1.1.4. Outros

- **Deliberação n.º 2/2013 (OUT-TV)**

Não seguimento da queixa da Confederação Portuguesa da Construção e do Imobiliário (CPCI) contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP).

ção e do Imobiliário (CPCI) contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP).

- **Deliberação n.º 54/2013 (OUT-TV)**

Não seguimento da reclamação de Xchange Talents, Lda., contra a RTP-Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

- **Deliberação n.º 223/2013 (OUT-TV)**

Improcedência da queixa apresentada pela Xchange Talents, Lda., contra a RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A. por alegada discriminação relativamente a outros produtores de conteúdos.

- **Deliberação n.º 253/2013 (OUT-TV)**

Declaração de extemporaneidade do pedido apresentado pela Confederação Nacional da Agricultura - CNA relativa ao acesso ao direito de antena em 2013.

1.1.5. Publicidade

- **Deliberação n.º 149/2013 (PUB-TV)**

Decisão de instaurar procedimento contraordenacional contra o operador TVI - Televisão Independente, S.A., ao abrigo do disposto nos artigos 40.º, n.º 1, e 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, com fundamento no desrespeito dos mesmos, nos casos ocorridos em 14, 17 e 19 de janeiro de 2013, identificados na figura 1.

- **Deliberação n.º 169/2013 (PUB-TV)**

Decisão de instauração de procedimento contraordenacional ao abrigo do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, contra o operador TVI - Televisão Independente, S.A., por violação do disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 41.º-A do mesmo diploma legal.

- **Deliberação n.º 275/2013 (PUB-TV)**

Procedência da queixa apresentada por Bruno Correia contra o serviço noticioso “Jornal das 8” da TVI e instauração, em consequência, de um procedimento contraordenacional contra a TVI, Televisão Independente, S.A., pela violação do disposto no artigo 40.º-A da Lei da Televisão, em conjugação com o disposto no artigo 76.º, n.º 1, do mesmo diploma legal.

1.1.6. Pluralismo

- **Deliberação n.º 199/2013 (PLU-TV)**

Não seguimento da participação de Francisco Jardim Ramos, em representação do Governo Regional da Madeira, contra a RTP Madeira, pela exibição, a 23 de janeiro de 2013, de uma edição do programa “Interesse Público” sobre o concelho de Santa Cruz.

- **Deliberação n.º 220/2013 (PLU-TV)**

Arquivamento, por inutilidade superveniente da lide, do procedimento

aberto no seguimento de uma queixa do Partido Socialista contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., relativa à prevista transmissão do programa “O País pergunta”, a 10 de setembro de 2013.

- **Deliberação n.º 224/2013 (PLU-TV)**

Arquivamento por improcedência da exposição do Grupo Parlamentar do Partido Trabalhista Português (PTP) na Assembleia Legislativa Regional da Madeira sobre alegado tratamento discriminatório da cobertura informativa na RTP Madeira.

- **Deliberação n.º 228/2013 (PLU-TV)**

Improcedência e posterior arquivamento das queixas apresentadas por Miguel Couto e Isabel Magalhães contra a RTP1, por alegada falta de pluralismo na edição do programa “5 para a Meia-Noite” de 11 de junho de 2013.

- **Deliberação n.º 275/2013 (PLU-TV)**

Instauração de procedimento contraordenacional contra a TVI, Televisão Independente, S.A., na qualidade de proprietária da TVI, pela violação do disposto no artigo 40.º-A da Lei da Televisão, em conjugação com o disposto no artigo 76.º, n.º 1, do mesmo diploma legal.

1.1.7. Obrigações de Programação

- **Deliberação n.º 93/2013 (PROG-TV)**

Instauração de procedimento contraordenacional, ao abrigo do disposto nos artigos 29.º, n.º 2, e 75.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão, contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., com fundamento no incumprimento do horário de programação nos dias 6, 14 e 23 de fevereiro de 2013, pelo serviço de programas RTP2.

1.2. IMPRENSA

1.2.1. Conteúdos

- **Deliberação n.º 47/2013 (CONTJOR-I)**

Arquivamento do processo aberto no seguimento da queixa de Ivone Felgueiras Ribeiro contra o jornal *A Terra Minhota*, pela publicação de um texto de resposta no qual eram feitas referências ao seu nome, sem que tenha sido visada no texto originário.

- **Deliberação n.º 50/2013 (CONTJOR-I)**

Sensibilização do *Jornal de Lisboa* a respeitar, as normas legais, éticas e deontológicas da profissão que devem nortear a atividade jornalística, nomeadamente o dever de isenção, previsto artigo 14.º, n.º 1, alínea a), do Estatuto do Jornalista.

- **Deliberação n.º 53/2013 (CONTJOR-I)**

Procedência parcial da queixa de Elsa Pinheiro contra *O Ericeira*.

- **Deliberação n.º 57/2013 (CONTJOR-I)**

Decisão de instar o *Correio da Manhã* a primar pela elevação ética das matérias por si tratadas, atendendo sobretudo à proteção dos mais jovens, evitando contribuir para a sua desproteção, mormente se não estão em causa situações de manifesto interesse público, assim como a recusar a difusão de matérias passíveis de ser interpretadas como discriminatórias, seja qual for a sua natureza.

- **Deliberação n.º 80/2013 (CONTJOR-I)**

Não seguimento da exposição do Gabinete do Ministro da Defesa Nacional sobre notícia da *Agência Lusa* acerca do discurso do Ministro no Dia do Exército.

- **Deliberação n.º 82/2013 (CONTJOR-I)**

Procedência da participação de Luís Miguel Baptista contra o jornal *i*, pela publicação de notícia com o título “Estudos dizem que Estado pode poupar 3 mil milhões de euros se pagar como no privado”, por violação dos deveres de rigor e objetividade, conforme previstos no artigo 3.º da Lei de Imprensa e nas alíneas a) e f) do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista, instando-se o jornal *i* ao cumprimento dos deveres profissionais dos jornalistas consagrados nos normativos legais referenciados, designadamente, respeitar o rigor informativo e identificar as fontes de informação nas peças noticiosas.

- **Deliberação n.º 102/2013 (CONTJOR-I)**

Sensibilização do *Jornal de Negócios* para o cumprimento do dever de rigor informativo, em particular, atendendo aos compromissos expressos no seu Estatuto Editorial, na sequência de participação de João Delgado contra o *Jornal de Negócios* por alegada falta de isenção e rigor informativo.

- **Deliberação n.º 107/2013 (CONTJOR-I)**

Instância ao *Correio da Manhã* a que assegure um maior rigor no cumprimento dos princípios ético-legais exigíveis no tratamento noticioso dos factos e a que adote um sistema de validação que permita o eficaz controlo dos comentários publicados *online*, de modo a prevenir a publicação de conteúdos com linguagem insultuosa e ofensiva, de incentivo à violência e ao ódio, de natureza xenófoba e homofóbica, na sequência de participação contra uma notícia intitulada “Abatido a tiro em crime gay”, publicada na edição de 12 de julho de 2012.

- **Deliberação n.º 108/2013 (CONTJOR-I)**

Verificação da violação pelo *Correio da Manhã* e pelo *Notícias de Esposende* do princípio do rigor informativo, previsto no artigo 3.º da Lei de Imprensa, assim como o artigo 14.º, n.º 1, alíneas a) e e), e n.º 2, alínea c), do Estatuto do Jornalista, instando-se estes órgãos de comunicação social ao cumprimento dos deveres profissionais dos jornalistas consagrados no respetivo Estatuto, na sequência de queixa apresentada contra a publicação de notícias com os títulos “Pede perdão a GNR” e “Solicitador pede perdão a GNR”.

• **Deliberação n.º 119/2013 (CONTJOR-I)**

Procedência da queixa de José Lello contra o *Correio da Manhã*, no que respeita à manchete e títulos usados por aquele jornal na edição de 1 de dezembro de 2012 – “Lello compra 14 carros de luxo” – por os mesmos carecerem de rigor informativo, sensibilizando-se aquele periódico a que respeite nos títulos o seu próprio estatuto editorial.

• **Deliberação n.º 121/2013 (CONTJOR-I)**

Não seguimento da queixa de Rodrigo Nuno Elias Gonçalves da Silva contra o *Jornal de Lisboa*.

• **Deliberação n.º 128/2013 (CONTJOR-I)**

Arquivamento do procedimento aberto no seguimento de uma queixa subscrita por Luís Manuel dos Santos Newton Parreira, tenente-general e comandante-general da Guarda Nacional Republicana (GNR), em representação desta corporação, contra o *Correio da Manhã*, com fundamento em comportamentos suscetíveis de configurarem violação de normas aplicáveis às atividades de comunicação social e incumprimento dos deveres legais e deontológicos que regulam o jornalismo, mediante a publicação de notícias cujas manchetes constituem alegado atentado ao bom nome e reputação da GNR e, ainda, falha de rigor informativo e abuso da boa-fé do público.

• **Deliberação n.º 152/2013 (CONTJOR-I)**

Não seguimento da participação de Pedro José de Sousa Simões contra o *Diário As Beiras* relativa à publicação da peça “*Académica – O descanso das 72 horas na Taça da Liga frente ao Benfica*”, uma vez que a peça publicada não merece qualquer reparo em matéria de rigor informativo e de isenção, não se tendo verificado qualquer desrespeito pelos deveres jornalísticos.

• **Deliberação n.º 166/2013 (CONTJOR-I)**

Sensibilização do jornal *Correio da Manhã* a observar escrupulosamente o dever de audição de todas as partes com interesses atendíveis e o respeito pela presunção de inocência na elaboração das suas peças jornalísticas e respetivos títulos, com vista a assegurar eficazmente o rigor informativo e a não afetar os direitos subjetivos dos visados.

• **Deliberação n.º 180/2013 (CONTJOR-I)**

Arquivamento da participação contra a revista *Sábado* pela publicação do artigo “Como é o mundo das Testemunhas de Jeová”.

• **Deliberação n.º 188/2013 (CONTJOR-I)**

Improcedência da participação de Teresa Cortez Pereira Bento Pires contra o jornal *i*, a propósito da publicação da peça jornalística “Amoroso: Infelizmente Scolari esqueceu-me na lista do Mundial-2002”, na edição de 27 de julho.

• **Deliberação n.º 205/2013 (CONTJOR-I)**

Procedência da queixa da Associação Académica de Coimbra/Organismo Autónomo de Futebol (AAC/OAF) contra a publicação *O Sexo e a Cidade*.

• **Deliberação n.º 210/2013 (CONTJOR-I)**

Instância ao *Jornal de Notícias* a que adote um sistema que permita o eficaz controlo dos comentários publicados *online*, de modo a evitar a presença no seu sítio eletrónico de conteúdos ofensivos da dignidade da pessoa humana e que manifestamente ultrapassam os limites da liberdade de expressão, na sequência de participação apresentada por Pedro Ferreira contra aquele jornal.

• **Deliberação n.º 217/2013 (CONTJOR-I)**

Sensibilização da *Lusa* para a necessidade de acautelar a difusão de conceitos que possam fragilizar ou agravar os estigmas sobre comunidades de si atingidas por representações negativas e estereótipos, na sequência de queixa da Associação Moinho da Juventude.

1.2.2. Direito de Resposta

• **Deliberação n.º 4/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Rui Nuno da Silva Loureiro contra o jornal *Notícias de Esposende* por alegada recusa de publicação do texto de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 12 a 26 de outubro de 2012.

• **Deliberação n.º 15/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Carlos Alberto Pinheiro Silva contra o *Jornal de Notícias* por alegada recusa de publicação do texto de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 27 de outubro de 2012, com chamada de primeira página, com o título “GNR apanhado em assalto combinado”.

• **Deliberação n.º 16/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso por denegação do direito de resposta de Vladimiro Mota Cardoso Feliz contra o *Jornal de Notícias*.

• **Deliberação n.º 19/2013 (DR-I)**

Provimento do recurso por denegação do direito de resposta apresentado por Rui Cruz contra o jornal *Correio da Manhã*.

• **Deliberação n.º 30/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso da Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária contra o *Diário de Notícias* por denegação ilegítima do direito de resposta relativo a uma notícia publicada na edição de 26 de novembro de 2012 intitulada “Procura-se com urgência presidente por 4500 euros”.

• **Deliberação n.º 35/2013 (DR-I)**

Recurso de Guilhermina Maria Silva Rego contra o *Jornal de Notícias*

por alegada denegação ilegítima de um direito de resposta relativo a uma notícia publicada na página 25 da edição de 27 de outubro de 2012.

- **Deliberação n.º 39/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de António Mariano contra o jornal *Público*, relativo ao artigo de opinião intitulado “Estivadores. Bons pais de família”.

- **Deliberação n.º 45/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Luís Costa Real contra a revista *TV Guia* por considerar que a publicação do seu texto de resposta não cumpriu os requisitos previstos na Lei da Imprensa, designadamente no que se refere ao destaque dado à nota de chamada na primeira página.

- **Deliberação n.º 46/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso de Henrique da Cruz Pinheiro Machado contra o jornal *Entremargens*, por alegada denegação do direito de resposta relativamente à publicação de um editorial.

- **Deliberação n.º 52/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso apresentado pela Empresa Jornal da Madeira, Lda., contra o jornal *Diário de Notícias da Madeira*.

- **Deliberação n.º 74/2013 (DR-I)**

Provimento do recurso da Câmara Municipal do Nordeste contra o jornal *Açoriano Oriental* por denegação ilegítima de um direito de resposta.

- **Deliberação n.º 78/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso subscrito por Maria João Lopes Ribeiro, em nome de D Mail Venda Directa, S.A., contra o jornal *Expresso*, por alegada denegação do direito de resposta e de retificação.

- **Deliberação n.º 84/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso por denegação do direito de resposta de Alexandre Luís da Silva Canha contra o *Jornal da Madeira*.

- **Deliberação n.º 85/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso por denegação do direito de resposta apresentado por José Maria Santos Ferreira contra o jornal *Falcão do Minho*.

- **Deliberação n.º 86/2013 (DR-I)**

Improcedência da exposição de José Maria Pinheiro Devesa Neto contra *Jornal Tribuna Pacense*.

- **Deliberação n.º 87/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso de Hélder João do Carmo Silva Fráguas contra a revista *Sábado*, uma vez que a publicação do texto de resposta

pela Recorrida cumpriu os requisitos legais previstos no artigo 26.º da Lei de Imprensa.

- **Deliberação n.º 88/2013 (DR-I)**

Instância ao jornal *Ecos de Negrelos* a que observe o disposto no n.º 6 do artigo 26.º da Lei de Imprensa, abstendo-se de redigir notas de direção em tom depreciativo para o respondente e que contraditem factos ou juízos de valor invocados no texto de resposta, salvo no caso de neles se encontrar patente alguma inexatidão ou erro notório, do conhecimento geral ou fácil e objetivamente comprovável, na sequência de recurso de Carlos Alberto Carvalho Fernandes, por incumprimento dos requisitos legais para publicação do texto de resposta.

- **Deliberação n.º 95/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso da Octapharma contra o *Correio da Manhã*, por alegado cumprimento deficiente da publicação de um direito de resposta.

- **Deliberação n.º 96/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Carlos Alberto Pinheiro Silva contra o *Jornal de Notícias* por incumprimento da Deliberação n.º 15/2013 [DR-I], de 16 de janeiro.

- **Deliberação n.º 97/2013 (DR-I)**

Autorização ao serviço de programas Antena 3 a descontinuar a sua emissão nos três dias solicitados, até ao limite de seis horas diárias, podendo naturalmente o operador cobrir os eventos que decorram para além deste limite na sua normal emissão nacional na medida que o reputa essencial a um «acompanhamento adequado e sem interrupções das provas e outros eventos que integram o Rali, de acordo com o programa estabelecido pela Organização».

- **Deliberação n.º 99/2013 (DR-I)**

Improcedência da queixa da Câmara Municipal de Setúbal contra o jornal *O Setubalense*.

- **Deliberação n.º 115/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Rita Silva, Presidente da associação ANIMAL, contra o jornal *Público* por denegação do direito de resposta.

- **Deliberação n.º 117/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso da Associação Nacional de Bombeiros Profissionais e do Sindicato Nacional de Bombeiros Profissionais (ANBP/SNBP) contra o jornal *O Setubalense*, por alegado incumprimento dos requisitos de publicação do texto de resposta.

- **Deliberação n.º 146/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso da Rádio e Televisão de Portugal, S.A., (RTP), contra o *Correio da Manhã*, por alegado cumprimento deficiente da publicação do direito de retificação.

• **Deliberação n.º 147/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Luís Newton contra *Jornal de Lisboa* por denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 158/2013 (DR-I)**

Improcedência da participação apresentada por Alexandre Luís da Silva Canha, com fundamento na recusa de acatamento, pelo *Jornal da Madeira*, da Deliberação 84/2013 (DR-I), de 3 de abril de 2013, que ordenava a este periódico a publicação de um direito de resposta do ora participante.

• **Deliberação n.º 162/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso Associação dos Antigos Alunos do Colégio Militar (AAACM) contra o jornal *Diário de Notícias* por denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 167/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso apresentado por Paco Bandeira contra a revista *TV7 Dias*.

• **Deliberação n.º 176/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Luís Miguel Franco Pereira contra o jornal *Alto Minho* por denegação ilegítima do direito de resposta e de retificação relativo a uma notícia publicada na edição de 13 de março de 2013, intitulada “Caixa de ar condicionado na Via Pública revolta moradores do Beco Senhora D’Aurora”.

• **Deliberação n.º 183/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Elísio Costa Santos Summavielle contra o jornal *O Carrilhão*, por alegada denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 198/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso de Carlos Alberto Carvalho Fernandes contra o jornal *Écos de Negrelas*, por alegada denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 200/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso contra o jornal *Público*, por alegada denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 212/2013 (DR-I)**

Arquivamento dos recursos apresentados por Francesco Valentini e Euthalia Editora, Lda., contra o jornal *Público* por alegada denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 213/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso apresentado pela Junta de Freguesia de Benfica contra o *Jornal de Lisboa* por denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 214/2013 (DR-I)**

Recurso da Deco - Associação Portuguesa para a Defesa do Consu-

midor e de Vasco Rodeia Torres Colaço contra a revista *Visão* por denegação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 215/2013 (DR-I)**

Recurso de Mário Jorge Gomes de Figueiredo contra o *Jornal de Barcelos*.

• **Deliberação n.º 226/2013 (DR-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra o proprietário do jornal *Correio da Manhã* por violação do artigo 26.º, n.º 3, da Lei de Imprensa, no seguimento de um recurso apresentado por Amaro Fernando Fonseca Correia por incumprimento da obrigação de publicação de um direito de resposta seu.

• **Deliberação n.º 229/2013 (DR-I)**

Reconhecimento de legitimidade do executivo da Junta de Freguesia de Gaula no recurso apresentado contra o *Jornal da Madeira*, por alegada recusa de publicação do texto de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 21 de agosto de 2013, com o título “Jorge Baptista descansa a população”.

• **Deliberação n.º 245/2013 (DR-I)**

Não reconhecimento da legitimidade da Câmara Municipal do Porto para o exercício do direito de resposta motivado por notícia publicada na edição do *Expresso On-line*, de 19 de junho de 2013, sob o título «Rui Rio “acaba” com feriado de São João» por falta de apresentação tempestiva dos indispensáveis poderes de representação.

• **Deliberação n.º 247/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso apresentado por Hugo Miguel dos Santos de Sousa contra o jornal *Correio da Manhã* por denegação do direito de resposta referente a um artigo publicado a 2 de junho de 2013.

• **Deliberação n.º 248/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso apresentado por Hugo Miguel dos Santos de Sousa contra o jornal *Correio da Manhã* por denegação do direito de resposta referente a dois textos publicados a 30 e 31 de maio de 2013.

• **Deliberação n.º 260/2013 (DR-I)**

Procedência parcial do recurso de Pedro Marçal Vaz Pereira contra o *Boletim do Clube Filatélico de Portugal*, por denegação do direito de resposta e de retificação, motivado por editorial publicado no n.º 439, de março de 2013.

• **Deliberação n.º 262/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Manuel Sabino Martins Gouveia contra o *Jornal da Madeira* por denegação do direito de resposta e de retificação motivado por notícia publicada na edição de 21 de setembro de 2013, sob o título: “Candidato do PSD à Junta do Santo da Serra agredido por membro do JPP”.

- **Deliberação n.º 264/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso de Alexandre Luís da Silva Canha contra o *Jornal da Madeira* por cumprimento deficiente da deliberação da ERC que ordenou a publicação de um direito de resposta seu, com o intuito de impedir os efeitos por ela visados.

- **Deliberação n.º 265/2013 (DR-I)**

Procedência do recurso do Sindicato dos Estivadores, Trabalhadores do Tráfego e Conferentes Marítimos do Centro e Sul de Portugal contra o jornal *Diário de Notícias*, por denegação do direito de resposta.

- **Deliberação n.º 266/2013 (DR-I)**

Improcedência do recurso de Elvio Duarte Martins Sousa contra o *Jornal da Madeira* por denegação do direito de resposta e de retificação motivado por notícia em 23 de setembro de 2013, sob o título: «Criança com boné “laranja” castigada por indivíduo do JPP».

- **Deliberação n.º 276/2013 (DR-I)**

Reconhecimento da legitimidade do executivo da Junta de Freguesia de Gaula Recorrente no recurso contra o *Jornal da Madeira*, por alegada recusa de publicação do texto de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 21 de julho de 2013, com o título “PSD promete ajudar Gaula”.

1.2.3. Outros

- **Deliberação n.º 76/2013 (OUT-I)**

Reconhecimento da legitimidade do executivo da Junta de Freguesia de Gaula no recurso apresentado contra o *Jornal da Madeira*, por alegada recusa de publicação do texto de resposta.

1.2.4. Publicidade

- **Deliberação n.º 172/2013 (PUB-I)**

Instância ao jornal *Sol* a que observe escrupulosamente as obrigações decorrentes do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, demarcando claramente os conteúdos jornalísticos dos conteúdos publicitários, mediante uma identificação inequívoca destes últimos, na sequência de participação de Pedro Maurício Silva Ferrador contra aquele semanário.

- **Deliberação n.º 173/2013 (PUB-I)**

Instância ao jornal *Diário dos Açores* a que observe escrupulosamente as obrigações decorrentes do disposto no n.º 2 do artigo 28.º da Lei de Imprensa, demarcando claramente os conteúdos jornalísticos dos conteúdos publicitários, mediante uma identificação inequívoca destes últimos, na sequência da participação da Secretaria Regional do Trabalho e Solidariedade Social - Inspeção das Atividades Económicas da Região Autónoma dos Açores contra aquele jornal.

- **Deliberação n.º 174/2013 (PUB-I)**

Procedência da participação da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista contra o *Jornal do Centro*, relativa à publicação, na edição n.º 566, de 17 de janeiro de 2013, de alguns artigos sob a rubrica “Passeio de Inverno”, por alegadamente confundirem publicidade com jornalismo.

1.2.5. Pluralismo

- **Deliberação n.º 227/2013 (PLU-I)**

Improcedência e arquivamento da participação de Patrocínio Azevedo contra o número de abril de 2013 do periódico *Notícias da Madalena*, alegando a sua não conformidade aos princípios do pluralismo, equilíbrio e igualdade no tratamento de todas as candidaturas autárquicas no concelho de Vila Nova de Gaia.

1.3. RÁDIO

1.3.1. Autorizações

- **Deliberação n.º 6/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à V.D.R.F. Electrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *XL Espinho* e alteração da denominação do serviço de programas para *Rádio 5FM*.

- **Deliberação n.º 24/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Rádio Clube de Redondo, C.R.L., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas *Cidade FM Alentejo* de generalista para temático musical, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa, nos termos requeridos.

- **Deliberação n.º 26/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Rádio Clube de Loulé, C.R.L., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Cidade FM Algarve*.

- **Deliberação n.º 28/2013 (AUT-R)**

Alteração de domínio do operador Rádio Regional de Aveiro - Empresa de Radiodifusão, Lda. e modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e respetiva denominação do serviço de programas *Rádio Regional de Aveiro*.

- **Deliberação n.º 29/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à RC Empresa de Radiodifusão, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Cidade FM Vale de Cambra*.

• **Deliberação n.º 33/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local denominado *Rádio Douro Sul* e respetiva licença, a favor da Rádio João Bosco, Lda., e autorizar a modificação do projeto licenciado do serviço de programas *Rádio Douro Sul*, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação, de generalista para temático musical, nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 37/2013 (AUT-R)**

Autorização para alteração de domínio do operador Notícias 2000 FM - Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda., nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 41/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Sintonizenos - Comunicação Social, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas *Rádio Mar* e alteração da denominação do serviço de programas para *Rádio 5FM*.

• **Deliberação n.º 43/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local *Rádio Comercial de Valpaços* e respetiva licença e da alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas, do operador Interior Norte Rádio, Lda., e alteração da denominação para *Rádio Regional Valpaços*.

• **Deliberação n.º 58/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local denominado *Rádio Beira Interior* e respetiva licença, do operador Rádio Beira Interior, C.R.L., a favor da RACAB - Rádio Castelo Branco, Lda., conforme requerido.

• **Deliberação n.º 60/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração do controlo da empresa Ao Tom Dela (Rádio), Lda., nos termos requeridos, a qual deverá efetivar-se nos 30 dias posteriores à notificação da presente deliberação, acompanhada dos necessários averbamentos no registo do operador.

• **Deliberação n.º 89/2013 (AUT-R)**

Alerta ao operador R.V.E - Sociedade Radiofónica, Lda., para a necessidade do escrupuloso cumprimento do previsto no n.º 6 do artigo 4.º da Lei da Rádio, determinando, atenta a inexistência de antecedentes por parte do operador e a ausência de dolo na conduta do mesmo, arquivar o processo relativo à alteração de domínio sem autorização prévia da ERC.

• **Deliberação n.º 91/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Polimédia - Publicidade e Publicações, Lda., proprietário do serviço de programas *M80 Vila Real*, nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 92/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Leirimédia - Produções e Publicidade, Lda., proprietário do serviço de programas *M80 Leiria*, nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 100/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão dos serviços de programas de âmbito local denominados *Azeméis FM Rádio* e *Rádio Voz do Caima* e respetivas licenças, do operador Editorialcult, CRL.

• **Deliberação n.º 111/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Rádio Manteigas - Radiodifusão e Publicidade, Lda.

• **Deliberação n.º 113/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Rádio 100 - Sociedade Produções Áudio Visuais, Lda., e modificação do projeto licenciado no que se refere à classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Rádio 100* de generalista para temático musical – focado nos estilos musicais Dance –, com a consequente exclusão do serviço de programas das obrigações previstas em matéria de difusão de música portuguesa, e a alteração da denominação para RES FM, nos termos requeridos, salientando a relevância de ser mantida a difusão de um espaço informativo de interesse para a audiência da respetiva área de cobertura, no período entre as 7h00 e as 20h00.

• **Deliberação n.º 120/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local denominado Rádio Voz do Marão e respetiva licença, do operador Cooperativa Cultural Voz do Marão, C.R.L., conforme requerido.

• **Deliberação n.º 123/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador R 2000 - Comunicação Social, Lda., nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 124/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Moliceiro - Comunicação Social, S.A., nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 129/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à RFA - Rádio Foz do Ave, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Rádio Sim - Foz do Ave* e alteração da denominação do serviço de programas para *XL Romântica*.

• **Deliberação n.º 131/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Penalva do Castelo FM - Radiodifusão e Publicidade, Lda.

- **Deliberação n.º 132/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador PRC - Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda.

- **Deliberação n.º 134/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Rádio Sabugal - Radiodifusão e Publicidade, Lda.

- **Deliberação n.º 135/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração do controlo da empresa Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda.

- **Deliberação n.º 141/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração do projeto licenciado à Côco - Companhia de Comunicação, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Cidade FM Tejo*.

- **Deliberação n.º 143/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e denominação do serviço de programas disponibilizado pela Rádio XXI, Lda., de generalista para temático musical, agora com a denominação *SMOOTH FM Lisboa*, e respetiva associação nos termos do artigo 10.º da Lei da Rádio, isentando-se da observância do regime legal de quotas de música portuguesa.

- **Deliberação n.º 144/2013 (AUT-R)**

Decisão de não abertura de processo contraordenacional contra a Rádio Bonfim - Produções Audiovisuais, Lda., por falta de pedido de autorização prévia à formalização da alteração do domínio do operador, alertando-o para a necessidade de escrupuloso e rigoroso cumprimento das normas legais aplicáveis à atividade.

- **Deliberação n.º 170/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Editave - Multimédia, Lda.

- **Deliberação n.º 207/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação dos projetos licenciados à R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda., e Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação dos serviços de programas denominados *KISS FM* e *95 FM* e constituição de associação a denominar *KISS FM*.

- **Deliberação n.º 230/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação dos serviços de programas disponibilizados pela Rádio Regional de Lisboa - Emissões de Radiodifusão, S.A., Côco - Companhia de Comunicação, S.A., PRC - Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda.,

Leirimédia - Produções e Publicidade, Lda., e Empresa do Jornal O Correio de Fafe, Lda., de generalistas para temático musical, agora com a denominação *M 80* em antena, e respetiva associação nos termos do artigo 10.º da Lei da Rádio.

- **Deliberação n.º 231/2013 (AUT-R)**

Revogação parcial da Deliberação 141/2013 (AUT-R), de 15 de maio de 2013, circunscrita à manutenção de parceria com o serviço de programas *Cidade FM Lisboa* e posterior autorização de associação ao projeto comum *Cidade FM*.

- **Deliberação n.º 232/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pela R 2000 - Comunicação Social, Lda., de generalista para temático musical, agora com a denominação *SMOOTH FM Santarém* (SMOOTH FM em antena), e respetiva associação nos termos do artigo 10.º da Lei da Rádio, isentando-o da observância do regime legal de quotas de música portuguesa.

- **Deliberação n.º 234/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas disponibilizado pela Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda., no concelho de Cantanhede, de generalista para temático musical, agora com a denominação *VODAFONE FM Cantanhede* (VODAFONE FM em antena), e respetiva associação nos termos do artigo 10.º da Lei da Rádio, conforme requerido, aplicando-lhe ainda as condições constantes da Deliberação que autorizou o projeto VODAFONE FM inicial.

- **Deliberação n.º 235/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto do serviço de programas disponibilizado pela RC - Empresa de Radiodifusão, S.A., no concelho da Moita, no que se refere ao estabelecimento de uma associação nos termos do artigo 10.º da Lei da Rádio, adotando a denominação *VODAFONE FM Moita* (VODAFONE FM em antena), conforme requerido, aplicando-lhe ainda as condições constantes da Deliberação que autorizou o projeto VODAFONE FM inicial.

- **Deliberação n.º 236/2013 (AUT-R)**

Autorização da atividade de televisão através do serviço de programas temático de novelas e séries, de cobertura internacional e acesso não condicionado com assinatura, denominado *+Novelas*, nos termos requeridos pela entidade UPSTAR COMUNICAÇÕES, S.A.

- **Deliberação n.º 238/2013 (AUT-R)**

Autorização do controlo da empresa SIRPA - Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda., e da modificação do projeto licenciado pela mesma disponibilizado no concelho de Valongo, do serviço de programas *Star FM Valongo*, convertendo-se a sua classificação de generalista para temático musical.

• **Deliberação n.º 239/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração do controlo da empresa Moliceiro - Comunicação Social, S.A., e da modificação do projeto licenciado pelo mesmo disponibilizado no concelho de Aveiro, do serviço de programas *M80 Aveiro* convertendo-se a sua classificação de generalista para “temático musical”.

• **Deliberação n.º 214/2013 (AUT-R)**

Reconhecimento da titularidade do direito de resposta à Deco - Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor e a Vasco Rodeia Torres Colaço no recurso apresentado contra a revista *Visão*, por alegada recusa de publicação do texto de resposta, relativamente a um artigo publicado na edição de 9 de maio de 2013, nas páginas 52 e 53.

• **Deliberação n.º 241/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local denominado *Rádio Campo Maior* e respetiva licença, do operador Santa Casa da Misericórdia de Campo Maior, e modificação do respetivo projeto licenciado.

• **Deliberação n.º 242/2013 (AUT-R)**

Autorização da cessão do serviço de programas de âmbito local denominado *Chaves FM* e respetiva licença, do operador Rádio Larouco - Cooperativa de Rádio e Informação, CRL.

• **Deliberação n.º 249/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Pacheco & Freitas, Lda.

• **Deliberação n.º 250/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Polímédia - Publicidade e Publicações, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *M80 Vila Real*.

• **Deliberação n.º 251/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Penalva do Castelo FM - Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *M80 Penalva do Castelo* e parceria com a *M80 Rádio*, bem como a exclusão das obrigações previstas em matéria de difusão de música recente.

• **Deliberação n.º 252/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Rádio Manteigas FM - Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Star FM Manteigas* e respetiva denominação para *M80 Manteigas*.

• **Deliberação n.º 254/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à Rádio Sabugal - Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *Star FM Sabugal* e respetiva denominação para *M80 Sabugal*.

• **Deliberação n.º 257/2013 (AUT-R)**

Modificação do projeto licenciado à Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado *STAR FM Cantanhede* e associação ao projeto *VODAFONE FM*.

• **Deliberação n.º 263/2013 (AUT-R)**

Autorização da alteração de domínio do operador Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.

• **Deliberação n.º 269/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à *RC Chaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.*, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas *Rádio Regional Vimioso*, de generalista para temático musical, nos termos requeridos.

• **Deliberação n.º 270/2013 (AUT-R)**

Revogação da Deliberação 120/2013 (AUT-R), de 23 de abril de 2013, que autorizou a cessão do serviço de programas de âmbito local denominado *Rádio Voz do Marão* e respetiva licença, do operador Cooperativa Cultural Voz do Marão, CRL, a favor da sociedade Rádio Antena do Marão, Lda.

• **Deliberação n.º 271/2013 (AUT-R)**

Autorização da modificação do projeto licenciado à *RC Chaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.*, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas *Rádio Regional Sabrosa*, de generalista para temático musical, nos termos requeridos.

1.3.2. Conteúdos

• **Deliberação n.º 109/2013 (CONTJOR-R)**

Não seguimento da queixa de Manuel António Amorim Batista contra a *Rádio Renascença* em duas peças emitidas a 12 e 23 de outubro de 2012.

• **Deliberação n.º 133/2013 (CONTJOR-R)**

Improcedência das participações submetidas por João J. Brandão Ferreira e José Baptista Evaristo contra a *RFM*, a propósito de declarações de dois animadores da respetiva rádio sobre um incidente que envolveu dois F-16 da Força Aérea Portuguesa e uma avioneta não identificada.

- **Deliberação n.º 197/2013 (CONTJOR-R)**

Não dar seguimento da participação subscrita por David Esteves Cabarrão d'Albuquerque, tendo como objeto o tratamento noticioso de uma visita do Primeiro-Ministro a uma fábrica na região da Figueira da Foz, onde foi apupado por populares, na medida em que a seleção dos factos a noticiar e o tratamento que lhes é dado se insere na liberdade editorial da *TSF*.

- **Deliberação n.º 233/2013 (CONTJOR-R)**

Improcedência da reclamação apresentada por Manuel António Amorim Baptista relativamente à Deliberação 109/2013 (CONTJOR-R), de 16 de abril de 2013, que negou provimento à queixa submetida contra a Rádio Renascença por alegada falta de rigor jornalístico.

1.3.3. Licenças

- **Deliberação n.º 27/2013 (LIC-R)**

Renovação, pelo prazo de quinze anos, da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular o operador Fernando Moura Unipessoal, Lda., para o concelho de Arruda dos Vinhos, na frequência 97.1MHz, com a denominação de *Rádio Vida*.

- **Deliberação n.º 90/2013 (LIC-R)**

Instauração de procedimento contraordenacional contra o operador Rádio Insular, Lda., referente ao serviço de programas *Rádio Insular*, nos termos do artigo 69.º, n.º 1, alíneas a), c) e d), por violação do previsto nos artigos 11.º, 26.º, n.º 1, 32.º, n.º 2, alínea g), 35.º e 37.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sequência de queixa contra os operadores Rádio Insular, Lda. [serviço de programas *Rádio Insular*], e Ciclone, Publicações e Difusões, Lda. [serviço de programas *Rádio Horizonte*].

- **Deliberação n.º 165/2013 (LIC-R)**

Revogação da licença do operador Top Rádio, Lda.

- **Deliberação n.º 218/2013 (LIC-R)**

Concessão de prazo para reinício das emissões do serviço de programas FI FM do operador Rádio Mais, C.R.L.

- **Deliberação n.º 145/2013 (LIC-R)**

Renovação, pelo prazo de quinze anos, da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular a Associação Rádio Universitária do Algarve, para o concelho de Faro, na frequência 102.7 MHz, com a denominação de *Rua FM*.

- **Deliberação n.º 204/2013 (LIC-R)**

Não renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Mirandum FM - Sociedade de Comunicação, Lda.

- **Deliberação n.º 203/2013 (LIC-R)**

Não renovação da licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora de que é titular Alfândega FM - Sociedade de Comunicação, Lda.

1.3.4. Pluralismo

- **Deliberação n.º 153/2013 (PLU-R)**

Não seguimento da participação submetida contra a *Antena 1* por falta de pluralismo no comentário económico, devido à seleção do interveniente na rubrica “Contas do Dia”, emitido diariamente naquele serviço de programas.

- **Deliberação n.º 202/2013 (PLU-R)**

Não provimento da participação de Paulo Moreira contra a RDP/Antena 1, por alegada falta de pluralismo num debate sobre o “Futuro do Estado Social” dedicado à Saúde, por não se terem recolhido indícios no sentido de comprovar a violação de deveres de pluralismo por parte da Antena 1.

1.4. INTERNET

1.4.1. Conteúdos

- **Deliberação n.º 130/2013 (CONTJOR-NET)**

Decisão de instar o *Jornal de Notícias* a adotar um sistema de validação que permita o eficaz controlo dos comentários publicados *online*, de modo a prevenir a publicação de conteúdos com linguagem insultuosa e ofensiva, discriminatória e de incentivo à violência e ao ódio.

- **Deliberação n.º 160/2013 (CONTJOR-NET)**

Chamada de atenção do *Correio da Manhã* para a obrigação legal de respeitar a reserva da intimidade da vida privada na sua liberdade editorial.

- **Deliberação n.º 179/2013 (CONTJOR-NET)**

Improcedência da queixa da Sporting - Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, contra o jornal online *Maisfutebol* e os jornalistas Luís Sobral e Cláudia Lopes (ERC/02/2012/182 – cfr. ERC/12/2011/1467)

- **Deliberação n.º 186/2013 (CONTJOR-NET)**

Recomendação ao jornal *Diário Económico* para que, na sua edição eletrónica, identifique todos os seus editoriais com a menção “Editorial” na página onde consta o artigo completo, para que os leitores que acedem ao mesmo através de motores de pesquisa fiquem cientes de que se trata de um texto de opinião, na sequência de queixas de Inês Meneses e de Nuno Boavida contra a edição eletrónica *Económico*, por alegadamente publicar conteúdos opinativos como matéria noticiosa.

- **Deliberação n.º 206/2013 (CONTJOR-NET)**

Improcedência da queixa apresentada pela Presidente da Câmara

Municipal de Caminha, Júlia Paula Pires Pereira da Costa, contra o jornal digital regional *Caminh@2000*, por não se ter comprovado a violação de normas ético-legais aplicáveis à prática do jornalismo.

- **Deliberação n.º 178/2013 (CONTPROG-NET)**

Instância ao *Expresso* a que adote um sistema de validação de comentários publicados *online* que permita um eficaz controlo dos comentários de forma a prevenir linguagem insultuosa e ofensiva, de incentivo ao ódio e à violência e de cariz discriminatório, na sequência de queixa de Jorge Silva Marques contra aquele jornal.

1.4.2. Outros

- **Deliberação n.º 116/2013 (OUT-NET)**

Decisão de instar o jornal *A Bola* a adotar um sistema de validação que permita o eficaz controlo dos comentários publicados *online*, de modo a prevenir a publicação de conteúdos de natureza insultuosa e ofensiva, de incentivo à violência e ao ódio, e de teor xenófobo ou homofóbico.

1.5. DIVERSOS

1.5.1. Outros

- **Deliberação n.º 38/2013 (OUT)**

Exortação às direções do *Diário de Notícias* e do *Jornal de Notícias* a que mantenham a autonomia, a identidade e a diversidade dos seus projetos editoriais, com pleno respeito pelos direitos dos jornalistas, nomeadamente pelo direito de exercer a sua liberdade editorial no cumprimento do estatuto editorial da publicação em que são inseridos e pelo direito de participar na respetiva orientação editorial, exortação esta que é também extensível à direção do *Dinheiro Vivo*, nova publicação resultante da reestruturação dos órgãos de comunicação social, na sequência de participação da Direção do Sindicato dos Jornalistas contra a Global Notícias, Publicações, S.A., relativa à criação de uma unidade centralizada de produção de informação económica do *Jornal de Notícias* e do *Diário de Notícias*.

- **Deliberação n.º 118/2013 (OUT)**

Proposta de medidas de alteração do quadro legislativa eleitoral, com reflexo particular na questão dos debates eleitorais.

- **Deliberação n.º 259/2013 (OUT)**

Pronúncia no âmbito da consulta pública do V Plano Nacional para a Igualdade, Género, Cidadania e Não-Discriminação 2014-2017.

1.5.2. Pluralismo

- **Deliberação n.º 148/2013 (PLU)**

Não seguimento das queixas subscritas pelo PCP contra a RTP e a

Antena 1, por alegadamente excluírem as posições assumidas pelo partido em intervenções ocorridas a 23 de fevereiro.

1.6. SONDAGENS

- **Deliberação n.º 3/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal de Notícias* a observar o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes nas alíneas e) e f) do n.º 2 do artigo 7.º da LS, na sequência de divulgação de excertos de uma sondagem na sua edição de 25 de outubro de 2012.

- **Deliberação n.º 36/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal da Caldas* a que observe o regime legal de divulgação de sondagens, nomeadamente as obrigações resultantes do artigo 7.º da Lei das Sondagens, instaurando-se abertura de procedimento contraordenacional, nos termos do artigo 17.º, n.º 1, al. e) daquele diploma, na sequência de divulgação de sondagem por aquele periódico.

- **Deliberação n.º 48/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Diário de Notícias da Madeira* a que observe o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes nas alíneas g) do n.º 2 do artigo 7.º da Lei das Sondagens, na sequência de divulgação de sondagem por aquele jornal.

- **Deliberação n.º 61/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a Sociedade Vicra Desportiva, S.A., na qualidade de proprietária do jornal *A Bola* pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, na sequência de participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra *A Bola* por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health – Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 62/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade Presslivre - Imprensa Livre, S.A., na qualidade de proprietária do jornal *Correio da Manhã* pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens, em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, após participação do Gabinete do Ministro da Saúde por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 63/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade Global Notícias, Publicações, S.A., na qualidade de proprietária do jornal *Diário de Notícias* pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens, em conjugação com o disposto no artigo

17.º do mesmo diploma, após participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra o *Diário de Notícias* e *Diário de Notícias online* por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 64/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade Caneta Eletrónica - Edições Multimédia, S.A., na qualidade de entidade proprietária do *Diário Digital*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º, n.º 1, alínea e), do mesmo diploma, após participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra esta publicação.

- **Deliberação n.º 65/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de abertura de procedimento contraordenacional contra a empresa Spirituc Investigação Aplicada na qualidade de entidade proprietária do *Diário Económico*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, na sequência de uma participação do Gabinete do Ministro da Saúde.

- **Deliberação n.º 36/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal das Caldas* a que observe o regime legal de divulgação de sondagens, nomeadamente as obrigações resultantes do artigo 7.º da Lei das Sondagens, instaurando-se abertura de procedimento contraordenacional, nos termos do artigo 17.º, n.º 1, alínea e), daquele diploma, na sequência de divulgação de sondagem por aquele periódico.

- **Deliberação n.º 67/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade Global Notícias, Publicações, S.A., na qualidade de entidade proprietária do *Jornal de Notícias*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma na sequência de participação do Gabinete do Ministro da Saúde por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 68/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra PNN Portuguese News Network, na qualidade de proprietária do *Jornal Digital*, por violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, após participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra esta publicação por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 69/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade O Sol é Essencial, S.A., na qualidade de entidade proprietária do jornal *Sol*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das

Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, no seguimento de participação do Gabinete do Ministro da Saúde pela divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 73/2013 (SOND-I)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a Lusa - Agência de Notícias de Portugal, S.A., na qualidade de proprietária da agência de notícias *Lusa*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, após participação do Gabinete do Ministro da Saúde por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

- **Deliberação n.º 181/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal Vilacondense* a que observe o regime legal de divulgação de inquéritos de opinião, com especial enfoque para as obrigações constantes do artigo 8.º da Lei das Sondagens, na sequência da divulgação de inquérito de opinião por este jornal.

- **Deliberação n.º 182/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal de Santo Thyrsó* a que observe o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes nas alíneas g) e h) do n.º 2 do artigo 7.º da Lei das Sondagens, bem como a atender ao disposto no n.º 1 do artigo 7.º da mesma lei e instância à Eurosondagem a que observe as regras legais de realização de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes da alínea a) do n.º 2 do artigo 4.º, bem como instância ao jornal *Público* a que observe as regras legais de realização de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes n.º 4 do artigo 7.º, na sequência de divulgação de estudo de opinião realizado pela Eurosondagem pelo *Jornal de Santo Thyrsó*.

- **Deliberação n.º 185/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal de Santo Thyrsó* a que observe o regime legal de divulgação de sondagens, com especial enfoque para as obrigações constantes no artigo 7.º da Lei das Sondagens, determinando-se a instauração de procedimento contraordenacional nos termos do artigo 17.º, n.º 1, alínea e) da mesma lei, na sequência de publicação de sondagem por este jornal.

- **Deliberação n.º 211/2013 (SOND-I)**

Instância ao *Jornal de Notícias* a que observe o regime legal de divulgação de inquéritos de opinião, com especial enfoque para as obrigações constantes do artigo 7.º da Lei das Sondagens.

- **Deliberação n.º 219/2013 (SOND-I)**

Instância ao jornal *Diário de Notícias* a que observe o regime legal de divulgação de inquéritos de opinião, com especial enfoque para as obrigações constantes do artigo 7.º, n.ºs 1 e 2, da Lei das Sondagens

e determinação da abertura de procedimento contraordenacional contra a citada publicação.

• **Deliberação n.º 70/2013 (SOND-TV)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade TVI, Televisão Independente, S.A., na qualidade de proprietária da *TVI 24*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma, no seguimento de participação do Gabinete do Ministro da Saúde por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”.

• **Deliberação n.º 66/2013 (SOND)**

Decisão de abertura de procedimento contraordenacional contra a empresa Spirituc Investigação Aplicada pela violação do disposto nos artigos 3.º e 5.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma e de abertura de procedimento contraordenacional contra a empresa Guess What PR pela violação do disposto no n.º 1 do artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º do mesmo diploma.

• **Deliberação n.º 105/2013 (SOND-CR)**

Credenciação da empresa *SocioloGest - Consultoria, Assistência Técnica e Estudos Sócio-Económicos, Lda.*, para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 110/2013 (SOND-CR)**

Credenciação da empresa *Metris, Métodos de Recolha e Investigação Social, S.A.*, para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 136/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da empresa Pitagórica - Investigação e Estudos de Mercado S.A., para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 137/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da empresa Eurosondagem - Estudos de Opinião S.A., para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 155/2013 (SOND-CR)**

Credenciação da empresa *G.TRIPLD, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.*, para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 156/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da empresa *DOMP - Desenvolvimento Organizacional, Marketing e Publicidade, S.A.*, para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 157/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação do IPOM - Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda., para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 161/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da Universidade Católica Portuguesa para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 163/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da empresa Marktest - Marketing, Organização, Formação, Lda., para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 192/2013 (SOND-CR)**

Caducidade da credenciação da sociedade Euroexpansão - Análises de Mercado e Sondagens, S.A., desde 14 de julho de 2012, nos termos e para os efeitos do disposto no artigo 3.º da Lei 10/2000, de 21 de junho, conjugado com o n.º 5 da Portaria n.º 118/2001, de 23 de fevereiro, alterada pela Portaria n.º 731/2001, de 17 de julho.

• **Deliberação n.º 193/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da sociedade Intercampus - Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A., para a realização de sondagens de opinião, nos termos do disposto no artigo 3.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, conjugado com o ponto 5 da Portaria n.º 118/2001, de 23 de fevereiro, alterada pela Portaria n.º 731/2001, de 17 de julho.

• **Deliberação n.º 194/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da sociedade Aximage - Comunicação e Imagem, Lda., para a realização de sondagens de opinião, nos termos do disposto no artigo 3.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho, conjugado com o ponto 5 da Portaria n.º 118/2001, de 23 de fevereiro, alterada pela Portaria n.º 731/2001, de 17 de julho.

• **Deliberação n.º 216/2013 (SOND-CR)**

Renovação da credenciação da empresa Gemeo - Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda., para a realização de sondagens de opinião.

• **Deliberação n.º 222/2013 (SOND-CR)**

Deferimento do pedido de credenciação da sociedade Apeme - Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda., nos termos e para os efeitos do disposto no artigo 3.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

• **Deliberação n.º 71/2013 (SOND-NET)**

Suspensão do processo aberto pela ERC no seguimento de participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra o *PT Jornal* por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde” e determinação da abertura de procedimento de qualificação do *site* PT Jornal pela Unidade de Registos da ERC.

• **Deliberação n.º 72/2013 (SOND-NET)**

Suspensão do processo de apreciação da participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra o *RCM Pharma* por alegada violação da

Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde” e determinação da abertura de procedimento de qualificação do site *RCM Pharma* pela Unidade de Registos da ERC.

- **Deliberação n.º 208/2013 (SOND-NET)**

Instância ao *PT Jornal* a que cumpra o disposto na Lei das Sondagens, salientando, em particular, a necessidade de observar devidamente o disposto no n.º 2 do seu artigo 7.º, na sequência de participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra o *PT Jornal* pela divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”, determinando-se ainda a instauração de procedimento contraordenacional pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º, n.º 1, alínea e), do referido diploma.

- **Deliberação n.º 209/2013 (SOND-NET)**

Instância à publicação *RCM Pharma* a que cumpra o disposto na Lei das Sondagens, salientando-se, em particular, a necessidade de observar devidamente o disposto no n.º 2 do seu artigo 7.º na sequência de participação do Gabinete do Ministro da Saúde contra aquela publicação por violação da Lei das Sondagens na divulgação do estudo de opinião “BOP Health - Os portugueses e a saúde”, determinando-se ainda que proceda ao registo da publicação na ERC como publicação periódica eletrónica especializada, e a abertura de procedimento contraordenacional contra a sociedade JRS – Marketing Farmacêutico, Lda., na qualidade de entidade proprietária da *RCM Pharma*, pela violação do disposto no artigo 7.º da Lei das Sondagens em conjugação com o disposto no artigo 17.º, n.º 1, alínea e) do mesmo diploma e pela violação do disposto no artigo 13.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/99, de 27 de janeiro em conjugação com o disposto com o artigo 37.º, n.º 1, alínea c), do mesmo diploma.

1.7. DIREITOS DOS JORNALISTAS

- **Deliberação n.º 13/2013 (DJ)**

Provimto da queixa da Direção do jornal online *Maisfutebol* e da jornalista Catarina Machado contra a Sporting - Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, por entender que esta deveria ter remetido ao jornal *Maisfutebol* convite para a conferência de imprensa, em termos semelhantes ao que fez para os restantes órgãos de comunicação social, instando a Sporting - Sociedade Desportiva de Futebol, SAD, a, no futuro, respeitar o direito de acesso dos jornalistas às conferências de imprensa que organize.

- **Deliberação n.º 49/2013 (DJ)**

Recomendação à RTP para que proceda à materialização das normas que norteiam o acesso de entidades externas a imagens ou sons captados por jornalistas e outros profissionais ligados à informação, e que não tenham sido emitidos, de forma a uniformizar as práticas

internas, valorizando o princípio da não cedência destes materiais jornalísticos a terceiros, com exceção dos casos previstos na lei.

- **Deliberação n.º 114/2013 (DJ)**

Improcedência da reclamação da Deliberação 49/2013 (DJ) deduzida pela Rádio e Televisão de Portugal.

- **Deliberação n.º 127/2013 (DJ)**

Determinação à Futebol Clube do Porto - Futebol, SAD, que assegure o direito de acesso da RC Chaves - Rádio Clube de Chaves, titular dos serviços de programas radiofónicos *Rádio Regional de Valpaços*, *Rádio Regional de Sabrosa* e *Rádio Regional de Vimioso* promovendo a emissão das credenciais necessárias e adequadas ao exercício do direito à informação nos termos por esta solicitados.

- **Deliberação n.º 142/2013 (DJ)**

Consideração de que a tentativa do chefe de segurança do Primeiro-Ministro de impedir a recolha de imagens não tem fundamento legal, configurando-se como uma restrição ilegítima do exercício do direito de informação, com apelo a todas as autoridades, nomeadamente às forças de segurança, para a importância da liberdade de imprensa, enquanto fator essencial da democracia, devendo as suas restrições decorrer da Constituição e da lei e limitar-se ao necessário para salvar guardar outros direitos ou interesses constitucionalmente protegidos, no respeito pelo princípio da proporcionalidade, na sequência de participação do Sindicato dos Jornalistas relativa à tentativa de impedimento de recolha de imagens contra um repórter de imagem ao serviço da TVI, por parte de um elemento da segurança pessoal do Primeiro-Ministro.

- **Deliberação n.º 154/2013 (DJ)**

Provimto da participação apresentada pelo Sindicato dos Jornalistas contra um conjunto de restrições à atuação dos jornalistas na cobertura noticiosa da conferência “2013 Pensar o Futuro - Um Estado para a Sociedade”, designadamente quanto à preocupação pelo respeito do direito à informação pelos jornalistas.

- **Deliberação n.º 168/2013 (DJ)**

Procedência da queixa de Carlos Manuel Marques Cipriano contra o Ministério da Economia e do Emprego, por violação do dever de informação a que está vinculado, não facultando ao queixoso o direito de acesso à informação que este solicitou e que lhe é conferido pelo artigo 8.º do Estatuto do Jornalista, instando-se o Ministério da Economia e do Emprego a, no futuro, respeitar de modo pontual e integral o direito de acesso às fontes de informação legalmente assegurado aos jornalistas.

- **Deliberação n.º 261/2013 (DJ)**

Posição da ERC sobre vários aspetos da estrutura organizativa da empresa RTP no seguimento do pedido de esclarecimento solicitado pelo Conselho de Redação daquele operador.

1.8. PARECERES

- **Deliberação n.º 14/2013 (Parecer)**

Parecer favorável à alteração do diretor do serviço de programas da RTP Informação (exoneração de Nuno Miguel Duarte Santos e nomeação de João Paulo Costa Ferreira).

- **Deliberação n.º 42/2013 (Parecer)**

Parecer de não oposição à operação de concentração consubstanciada na aquisição por Isabel dos Santos, indiretamente através das sociedades Kento Holding Limited e Unitel International Holdings, BV, e por Sonae S.G.P.S., S.A., também indiretamente, através da sociedade Sonaecom, S.G.P.S., S.A., que implica a agregação das atividades da Optimus e da Zon e resultará na aquisição de controlo conjunto, pelas notificantes, da empresa resultante da fusão entre aqueles dois operadores.

- **Deliberação n.º 94/2013 (Parecer)**

Concordância genérica relativamente à identificação levada a cabo pela Autoridade da Concorrência quanto aos fatores críticos para o sucesso da TDT, reconhecendo vivamente com a AdC a necessidade quer do alargamento da oferta de televisão gratuita no Mux A, quer da concessão dos restantes Mux's que o espectro disponível ainda comporta, como elemento fundamental do desenvolvimento e competitividade da TDT, a par de outras medidas que promovam o melhor aproveitamento do espectro radioelétrico para a atividade de televisão, reforçando-se assim o pluralismo, a diversidade e a inclusão social.

- **Deliberação n.º 98/2013 (Parecer)**

Não oposição à operação notificada de concentração de aquisição do controle exclusivo, consubstanciado na aquisição indireta do controle exclusivo da Cabovisão - Televisão por Cabo, S.A., pela Altice VII, Sarl., mediante a aquisição de vinte mil ações representativas de 40 % do capital da Altice Portugal, S.A., à Codilink, SARL., uma vez que não se conclui que esteja comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião no setor da atividade de televisão.

- **Deliberação n.º 97/2013 (Parecer)**

Autorização ao serviço de programas *Antena 3* a descontinuar a sua emissão nos dias 12, 13 e 14 de abril, até ao limite de seis horas diárias, podendo o operador cobrir os eventos que decorram para além deste limite na sua normal emissão nacional na medida que o reputar essencial a um «acompanhamento adequado e sem interrupções das provas e outros eventos que integram o Rali, de acordo com o programa estabelecido pela Organização».

- **Deliberação n.º 140/2013 (Parecer)**

Não oposição ao projeto de operação de concentração que consiste na aquisição de controlo conjunto da Sport TV Portugal, S.A., da P.P.

TV - Publicidade de Portugal e Televisão, S.A., e da Sportinveste Multimédia, SGPS, S.A., pelas empresas Controlinveste Media, SGPS, S.A., Zon Multimédia, Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A., e Portugal Telecom, SGPS, S.A. notificado desde que sejam reformuladas as cláusulas de não concorrência constantes do Acordo Parassocial subscrito pelas Notificantes e por Joaquim Francisco Alves Ferreira de Oliveira (na qualidade de acionista de controlo da CONTROLINVESTE).

- **Deliberação n.º 240/2013 (Parecer)**

Aprovação do projeto de despacho relativo aos acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público (artigo 32.º, n.º 4, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril).

- **Deliberação n.º 256/2013 (PARLEG)**

Parecer de não oposição ao Projeto de Lei n.º 439/XII (2.ª), do PS, que define regras de acesso à atividade de comunicação social, submetido pela Comissão Parlamentar para a Ética, a Cidadania e a Comunicação.

1.9. DECISÕES DE PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS

- **Deliberação n.º 5/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de aplicação de coima no valor de €20 949,54 em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 3/PUB-TV/2011, de 1 de junho de 2011, contra o operador TVI - Televisão Independente, S.A.

- **Deliberação n.º 9/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de admoestação do operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 9/PUB-TV/2008, de 8 de outubro, por incumprimento das obrigações relativas à inserção de interrupções publicitárias em programas desportivos, de acordo com disposto no artigo 25.º, n.º 5, do Decreto-Lei n.º 330/1990, de 23 de outubro, sendo formalmente advertido o operador da obrigatoriedade de cumprir as disposições constantes do artigo 40.º-B da Lei da Televisão, que veio substituir o anterior artigo 25.º, n.º 5, do Código da Publicidade, sempre que transmitir espaço publicitário em programas televisivos e, em especial, nas emissões de acontecimentos desportivos, e da obrigatoriedade de informar os telespetadores acerca das condições e anomalias que levam a interrupções da emissão.

- **Deliberação n.º 10/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de admoestação ao operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., no âmbito do procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 10/PUB-TV/2008, de 28 de outubro, por violação do n.º 3 do artigo 24.º do Código da Publicidade, sendo for-

malmente advertido da obrigatoriedade de cumprir as disposições constantes do artigo 41.º da Lei da Televisão, que veio substituir o anterior artigo 24.º do Código da Publicidade, em especial o n.º 3 daquele artigo, relativo ao patrocínio de serviços noticiosos e de informação política; arquivamento na parte referente à acusação das sociedades Automóveis Citröen, S.A., e Caixa Geral de Depósitos, S.A., no âmbito do mesmo procedimento.

- **Deliberação n.º 77/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de aplicação de coima à TVI - Televisão Independente, S.A, no valor de €20 949,54, resultante da soma da coima mínima concretamente aplicada às seis infrações detetadas, por ter violado dolosamente o disposto no artigo 25.º, n.ºs 1 e 2, do Código da Publicidade.

- **Deliberação n.º 171/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de aplicação de uma coima única no valor de €623,50 aos proprietários do jornal *O Mirante*, por, a título negligente, terem infringido o estabelecido no artigo 26.º, n.º 3, e no artigo 27.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.

- **Deliberação n.º 190/2013 (PUB-TV-PC)**

Arquivamento do processo contraordenacional aberto contra a RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por não se ter concluído pela violação do artigo 41º-A, n.º 6, da Lei da Televisão.

- **Deliberação n.º 187/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão final de aplicação de coima no valor de vinte mil euros em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 41/CONT-TV/2011, de 28 de dezembro, contra a sociedade DREAMIA - Serviços de Televisão, S.A.

- **Deliberação n.º 184/2013 (DR-I-PC)**

Decisão final de absolvição da sociedade Empresa Jornal da Madeira, Lda., dos factos que lhe eram imputados, determinando-se a extinção do procedimento e o consequente arquivamento dos autos em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 2/DR-I/2011, de 19 de janeiro de 2011.

- **Deliberação n.º 150/2013 (PUB-I-PC)**

Admoestação da Transjornal - Edição de publicações S.A., enquanto proprietária da Metro Portugal, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei de Imprensa e em especial o regime relativo à correta inserção e identificação dos conteúdos publicitários, constante do artigo 28.º daquele diploma.

- **Deliberação n.º 17/2013 (AUT-TV-PC)**

Admoestação da RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento do artigo 29.º,

n.º 2, da Lei da Televisão, diligenciando no sentido de respeitar o anunciado na grelha de programação.

- **Deliberação n.º 40/2013 (AUT-R-PC)**

Decisão de admoestação da Ecos da Raia - Publicidade e Rádio, Lda., sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir o disposto no artigo 4.º, n.º 6, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, que veio substituir o artigo 18.º, n.º 1, da Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro.

- **Deliberação n.º 21/2013 (SOND-PC)**

Decisão de admoestação em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 4/SOND/2011, de 19 de outubro, contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., relativamente à RDP.

- **Deliberação n.º 22/2013 (SOND-PC)**

Decisão de admoestação em processo de contraordenação instaurado pela Deliberação 4/SOND/2011 do Conselho Regulador da ERC, contra a Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

- **Deliberação n.º 23/2013 (SOND-PC)**

Decisão de admoestação em processo de contraordenação instaurado pela Deliberação 4/SOND/2011 contra a Global Notícias, Publicações, S.A.

- **Deliberação n.º 18/2013 (SOND-TV-PC)**

Decisão de admoestação da RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A, no âmbito do procedimento contraordenacional instaurado pela Deliberação n.º 2/SOND-TV/2011, por referência a resultados de sondagem relativa às intenções de voto nas eleições regionais da Madeira, na véspera do escrutínio.

- **Deliberação n.º 196/2013 (SOND-I-PC)**

Decisão de admoestação da Presselivre, Imprensa Livre, S.A., em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador por violação do disposto na alínea g) do n.º 2 do artigo 7.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

- **Deliberação n.º 44/2013 (DR-I-PC)**

Decisão de condenação, em processo contraordenacional, da Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., ao pagamento de uma coima única no valor de €997,60, nos termos do artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e do artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, por, dolosamente, ter infringido o estabelecido no artigo 26.º, n.ºs 3, 4 e 6, da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro.

- **Deliberação n.º 83/2013 (DR-I-PC)**

Decisão de admoestação em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 25/DR-I/2012, contra a sociedade Global Notícias, Publicações, S.A., na qualidade de proprietária do *Jornal de Notícias*,

sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei de Imprensa, em especial o regime da publicação do direito de resposta.

• **Deliberação n.º 151/2013 (DR-I-PC)**

Decisão de condenação, em processo de contraordenação, da Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., ao pagamento de uma coima única no valor de €997,60, nos termos do artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e do artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, por, dolosamente, ter infringido o estabelecido no artigo 26.º, n.ºs 3, 4 e 6, da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro.

• **Deliberação n.º 184/2013 (DR-I-PC)**

Decisão de absolvição da Empresa Jornal da Madeira, Lda. dos factos que lhe eram imputados em processo de contraordenação instaurado através da Deliberação n.º 2/DR-I/2011, de 19 de janeiro de 2011 e consequente arquivamento dos Autos.

• **Deliberação n.º 196/2013 (SOND-I-PC)**

Decisão de admoestação da Presselivre, Imprensa Livre, S.A., em processo de contraordenação instaurado por deliberação do Conselho Regulador por violação do disposto na alínea g) do n.º 2 do artigo 7.º da Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

• **Deliberação n.º 272/2013 (DR-I-PC)**

Arquivamento do processo de contraordenação aberto contra a Milho-Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., com sede na Av. João Paulo II, 355, 4750-304 Barcelos, proprietária do jornal *Barcelos Popular*.

• **Deliberação n.º 273/2013 (DR-I-PC)**

Decisão de arquivamento do processo de contraordenação instaurado nos termos e com os fundamentos constantes da Deliberação 47/DR-I/2009, de 29 de julho de 2009 contra a Milho-Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., com sede na Av. João Paulo II, 355, 4750-304 Barcelos, proprietária do jornal *Barcelos Popular*.

• **Deliberação n.º 11/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão de admoestação do operador TVI - Televisão Independente, S.A., em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 33/CONT-TV/2011, de 19 de outubro, sendo formalmente advertido do seu dever de respeitar o disposto no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, abstendo-se, fora do horário entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas, de transmitir imagens, que, dado o seu conteúdo impressionante e violento, sejam suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes.

• **Deliberação n.º 12/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão de admoestação do operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., em procedimento contraordenacional instaurado

pela deliberação 27/CONT-TV/2011, de 14 de setembro, nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigação de cumprimento do artigo 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão, sempre que exibir filme cujo conteúdo particularmente violento possa ser suscetível de afetar a formação da personalidade de crianças e adolescentes.

• **Deliberação n.º 187/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão final de aplicação de coima no valor de vinte mil euros em procedimento contraordenacional instaurado pela deliberação 41/CONT-TV/2011, de 28 de dezembro, contra a sociedade DREAMIA - Serviços de Televisão, S.A.

• **Deliberação n.º 268/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão de admoestação da TVI - Televisão Independente, S.A., na qualidade de detentora do serviço de programas TVI, em processo de contraordenação aberto pela ERC.

• **Deliberação n.º 125/2013 (CONTPROG-R-PC)**

Decisão de admoestação do operador Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda. por violação do artigo 19.º, n.º 1, da Lei n.º 4/2001, de 23 de fevereiro, a que corresponde o novo artigo 26.º, n.º 1 da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

• **Deliberação n.º 17/2013 (AUT-TV-PC)**

Decisão de admoestação da RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A. em processo contraordenacional desencadeado pela Deliberação 12/OUT-TV/2010 por infração das regras relativas ao anúncio da programação, no serviço de programas RTP1, referente ao período de fevereiro 2010.

• **Deliberação n.º 11/2013 (CONTPROG-TV-PC)**

Decisão de admoestação da TVI, Televisão Independente, S.A. em processo de contraordenação instaurado pela ERC em 19 de outubro de 2011 sendo formalmente advertida do seu dever de respeitar o disposto no n.º 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão, abstendo-se, fora do horário entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas, de transmitir imagens, que, dado o seu conteúdo impressionante e violento, sejam suscetíveis de influir de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes.

• **Deliberação n.º 104/2013 (CONTJOR-TV-PC)**

Decisão de condenação da TVI - Televisão Independente, S.A. ao pagamento de uma coima no montante de €10 000, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), e n.º 3 da Lei n.º 27/2007, de 27 de julho, por ter infringido, com negligência, o disposto no artigo 27.º, n.º 8, da mesma Lei.

• **Deliberação n.º 34/2013 (PROG-TV-PC)**

Decisão de admoestação da SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., T, no âmbito dos sete processos de contraordenação abertos pela ERC, por incumprimento das obrigações de informação

sobre o conteúdo e alinhamento da programação, nos termos do disposto no artigo 29.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de junho, alterada e republicada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril.

- **Deliberação n.º 139/2013 (LIC-R-PC)**

Decisão de admoestação da ERA - Emissora Regional de Amarante, Lda., nos termos do artigo 51.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, sendo formalmente advertida da obrigatoriedade de cumprir a Lei da Rádio, em especial, o atual artigo 4.º, n.º 6, no que respeita à não concentração, por forma a garantir uma sã concorrência e o pluralismo na comunicação social.

- **Deliberação n.º 274/2013 (LIC-R-PC)**

Decisão de admoestação em processo contraordenacional aberto

contra os operadores Rádio Insular, Lda., serviço de programas *Rádio Insular*, e Ciclone, Publicações e Difusões, Lda., serviço de programas *Rádio Horizonte*.

- **Deliberação n.º 5/2013 (PUB-TV-PC)**

Decisão de condenação da TVI - Televisão Independente, S.A. ao pagamento de uma coima, em concurso efetivo, no valor de €20 949,54, por ter violado dolosamente o disposto no artigo 25.º, n.ºs 1 e 2, do Código da Publicidade.

- **Deliberação n.º 225/2013 (OUT-TV-PC)**

Decisão de admoestação da RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A. em processo de contraordenação aberto em cumprimento da Deliberação 3/OUT-TV/2012, de 2 de maio de 2012.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO
[Propostas, Projetos, Conferências e Protocolos]

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO

(Propostas, Projetos, Conferências e Protocolos)

PROPOSTA DE MEDIDA LEGISLATIVA SOBRE DEBATES ELEITORAIS

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social, nos termos do artigo 25.º, n.º 1 dos seus Estatutos, propôs à Assembleia da República, em 23 de abril de 2013, um conjunto de medidas de alteração do quadro legislativo eleitoral, com reflexo particular na questão dos debates eleitorais.

Na perspetiva da ERC, assistia-se a um conjunto de circunstâncias que motivavam e justificavam a referida alteração. Entre elas a necessidade de uniformização e sistematização das leis eleitorais, uma vez que os diferentes diplomas que regulavam os atos eleitorais adotavam abordagens distintas quanto ao princípio da igualdade de tratamento das candidaturas, nomeadamente no que respeita aos regimes sancionatórios. Também o facto de se ter verificado uma evolução das condições de exercício da atividade da comunicação social, sendo significativamente diferentes da realidade vivida por altura da aprovação, na década de 1970, de diplomas eleitorais. Em terceiro lugar, as obrigações diferenciadas dos serviços de programas televisivos e por fim a questão da ponderação entre as obrigações de pluralismo e a autonomia editorial.

Refira-se também que no final de 2012, os operadores de televisão, perante a aproximação de novos atos eleitorais, tinham reiterado a intenção de não promover a organização e transmissão de debates televisivos entre os candidatos. Defendiam que o quadro legislativo era antigo e estava desajustado da realidade política e social do País, condicionava a liberdade e o papel dos *media* numa sociedade democrática, conflituava com a legislação geral e setorial que regulava a atividade jornalística e era pouco claro, dando lugar a interpretações subjetivas e a decisões judiciais diferentes para casos iguais. Apresentaram ainda argumentos de ordem pragmática, alegando que seria impossível respeitar o entendimento que a Comissão Nacional de Eleições (CNE) e alguns tribunais faziam do princípio da igualdade, por falta de tempo útil de emissão para a transmissão dos debates.

A possibilidade de não virem a ser realizados debates eleitorais, na televisão e, eventualmente, na rádio, preocupou, naturalmente, a ERC. Na leitura do regulador, os debates eleitorais eram um importante instrumento do esclarecimento dos cidadãos e a sua não realização comprometia o direito daqueles a ser informados.

Consciente de que seria a CNE a dispor de poderes próprios de fiscalização do exercício da atividade da comunicação social durante o período eleitoral em sentido lato, que compreende os períodos de pré-campanha e de campanha eleitoral, a ERC considerou contudo que não podia ignorar as suas atribuições de vasto alcance em matéria de pluralismo e as suas competências relativas ao direito à informação. Assim no final de 2012, o Conselho Regulador da ERC encetou contactos institucionais com a CNE no sentido de encontrar pontos de convergência na abordagem dos princípios legais e constitucionais vigentes que regulavam a cobertura jornalística dos atos eleitorais, consciente, todavia, que qualquer consenso obtido neste contexto não vinculava, naturalmente, o poder jurisdicional. Não tendo sido possível o consenso entre as duas instituições, a ERC avançou, em 2013, com a proposta de um conjunto de medidas à Assembleia da República no sentido da 1) Uniformização e sistematização das regras de cobertura jornalística dos atos eleitorais, bem como das respetivas sanções; e do 2) Enunciar do princípio da igualdade de tratamento das candidaturas na cobertura jornalística dos vários atos eleitorais, que deverá ser concretizado a partir da ponderação entre o princípio da não discriminação e a liberdade editorial dos órgãos de comunicação social. O órgão regulador sugeriu ainda que face à dificuldade de o legislador prever em detalhe as circunstâncias de cada ato eleitoral, dever-se-ia remeter a definição de modelos concretos de realização dos debates eleitorais para regulamento de autoridade administrativa independente, que deverá concretizar os princípios acolhidos pelo legislador em conformidade com a Constituição.

PROJETO *MEDIA* E A SAÚDE MENTAL

O Conselho Regulador da ERC reuniu com o Diretor do Programa Nacional para a Saúde Mental, Álvaro de Carvalho, com os operadores privados de televisão e jornais de expansão nacional, para expor e debater temáticas relacionadas com os *media* e a saúde mental, nomeadamente, a representação da doença mental nos *media* bem como o papel dos *media* na prevenção do suicídio, assinalando-se positivamente as boas-práticas adotadas no tratamento destas matérias pelos órgãos de comunicação social.

Esta reunião que decorreu a 25 de julho de 2013, na sede da ERC, veio dar corpo à posição previamente assumida pelo Conselho Regu-

lador no âmbito da discussão pública do Plano Nacional da Prevenção do Suicídio (2013-2017), e é o primeiro de uma série de encontros entre o Regulador, os *media* e os responsáveis pela saúde mental, visando os objetivos comuns da diminuição do estigma associado à doença mental e da prevenção do suicídio nos *media*.

DEFESA DA ACESSIBILIDADE AOS MEIOS AUDIOVISUAIS

O Grupo de Reflexão *Media* e Deficiência, no qual a ERC tem assento, promoveu um colóquio sobre “Acessibilidade aos Meios Audiovisuais - Da Cidadania ao Modelo de Negócio”, a 25 de novembro, no auditório da Rádio Renascença. No debate que se gerou foi manifesto que, apesar dos inegáveis avanços já alcançados em prol da melhoria das condições de acessibilidade aos *media* por parte de quem tem necessidades especiais, continuava a haver ainda um longo caminho a percorrer. Ficou, todavia, bem explicitado que a criação de formas de facilitação do acesso aos meios audiovisuais não tem que ser encarado simplesmente como um custo adicional inoportuno, mas antes como uma atividade que permite acrescentar valor à oferta dos operadores, alargando o potencial de geração de receitas.

O Grupo de Reflexão *Media* e Deficiência foi criado em março de 2011 e propõe-se consciencializar os meios de comunicação social para a necessidade de assegurarem o acesso às pessoas com deficiência dos seus conteúdos e serviços, contribuindo para a promoção da inclusão destes cidadãos, designadamente, garantindo que a sua representação se encontra despida de preconceitos e estereótipos.

AÇÃO JUNTO DOS CIDADÃOS PARA COMPREENDEREM E UTILIZAREM CRITICAMENTE A INFORMAÇÃO TELEVISIVA

A ERC promoveu, entre 3 e 9 de maio de 2013, uma ação de formação junto de escolas de todo o País, com o propósito de dotar os alunos entre os 11 e os 13 anos de ferramentas no consumo da informação televisiva, como forma de contribuir para a formação de cidadãos adultos informados e participativos na sociedade.

Esta ação enquadrou-se na iniciativa “Sete Dias com os *Media*” e contou com a adesão de escolas de Sintra, Barreiro, Évora, Ferreira do Alentejo, Viseu, Coimbra, Aveiro, Braga, Almada, Lisboa e Vila Nova

de Gaia, promovendo um visionamento ativo e crítico da informação televisiva, mediante a apreensão, por parte dos alunos, de alguns conceitos fundamentais do jornalismo e do respetivo enquadramento jurídico, assim como dos mecanismos de defesa à disposição dos telespetadores no que respeita ao setor da comunicação social.

V CONFERÊNCIA ANUAL DA ERC

A ERC realizou, a 6 de junho de 2013, a V Conferência anual dedicada ao tema “Regular e Gerir a Mudança em contexto mediático”, no Auditório da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. As intervenções dos diversos oradores e os debates a que deram lugar, foram seguidos por cerca de 200 participantes, confirmando a V conferência da ERC como um espaço aberto ao debate entre diferentes perspetivas sobre a evolução do setor da comunicação social.

A sessão inaugural deste encontro destacou a importância da ERC e da sua conferência anual para a reflexão acerca do panorama da comunicação social em Portugal. Foi colocada em perspetiva a evolução do conceito de liberdade de expressão e do seu exercício, desde abril de 1974. Alertou-se para o facto de os poderes atribuídos à ERC serem limitados no que respeita à identificação da propriedade dos órgãos de comunicação social e em matéria de concorrência, o mesmo acontecendo no que respeita à regulação dos novos *media*.

O primeiro painel da Conferência dedicado ao tema “Novos jornalismo, novos negócios?” serviu como ponto de partida para a apresentação do projeto internacional “Comunicação Social, Crise e Mudança”, que resulta de uma parceria entre a Entidade Reguladora e o CIES-IUL. Nesta sessão, moderada por Gustavo Cardoso, investigador do ICS-IUL, defendeu-se a existência de diversos modelos de negócio para os *media*, não havendo uma solução única, nem milagrosa, para financiar os órgãos de comunicação social na transição para o digital. É, por isso, necessário entender as mudanças sociais para dirigir os produtos mediáticos ao encontro dos interesses e modos de vida dos públicos.

No segundo painel intitulado “Comunicar Crise e Mudança” foram apresentados os dados relativos ao tratamento jornalístico da crise que vem preocupando o regulador dos *media*. Desta análise resulta que a crise financeira foi valorizada nos alinhamentos dos telegjornais

e fez crescer a oferta de informação económica, bem como contribuiu para uma maior europeização da informação.

O terceiro painel deste encontro abordou “O Panorama dos meios de comunicação social portugueses: Novos serviços num mercado em mudança”, refletindo sobre o peso dos órgãos de comunicação social eletrónicos no panorama mediático e sobre os desafios que a digitalização dos *media* coloca à intervenção regulatória.

O quarto painel “Autonomia editorial e propriedade dos meios” refletiu sobre a separação entre gestão empresarial e matéria editorial, assim como sobre a transparência da propriedade dos meios, fatores chave na garantia de independência da informação. Ao regulador cabe assegurar o exercício do direito à informação e a liberdade de imprensa. A este respeito foram apresentados alguns casos em que a ERC foi chamada a intervir, nos quais estava em causa a autonomia editorial.

A conferência foi encerrada pelo Ministro-Adjunto e do Desenvolvimento Regional, Miguel Poiães Maduro, que salientou que a crise alavanca um processo de autoconhecimento das sociedades, num contexto no qual os *media* desempenham um papel fundamental. A democracia requer uma esfera pública informada e esclarecida e o pluralismo é uma dimensão essencial da riqueza cultural, de onde os *media* são instrumentos essenciais para a edificação do conhecimento e discussão das políticas públicas. Daqui advêm responsabilidades acrescidas para os *media*, não devendo estes negligenciar os códigos de conduta que garantem a qualidade do trabalho jornalístico. O debate público deve ser alargado sem se falsificarem questões, evitando-se o ruído e melhorando-se a cultura política. A terminar o seu discurso, reafirmou que entre as prioridades da tutela da comunicação social, está o apoio aos meios que pretendam migrar para novas plataformas, com a transparência que se impõe na atribuição dos auxílios públicos, bem como apoiar investimentos, através do setor empresarial do Estado, para que os *media* atuem libertos de pressões políticas.

2.º CONGRESSO LITERACIA, *MEDIA* E CIDADANIA

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social organizou, no âmbito do Grupo Informal sobre Literacia para os *Media* (GILM), em

colaboração com a Comissão Nacional da UNESCO, o Conselho Nacional de Educação, a Direção-Geral da Educação, a Fundação para a Ciência e a Tecnologia, o Gabinete para os Meios de Comunicação Social, a Rádio e Televisão de Portugal e o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, o 2.º Congresso Literacia, *Media* e Cidadania, uma iniciativa que apostou no esclarecimento e formação das novas gerações em relação aos *media*. Este evento decorreu nos dias 10 e 11 de maio de 2013 no Pavilhão do Conhecimento, em Lisboa.

O seu público-alvo foram os professores e responsáveis de todos os níveis e tipos de ensino e educação; profissionais e responsáveis das diferentes áreas dos *media*, investigadores ligados aos cruzamentos das áreas da comunicação, educação, indústrias culturais, TIC, etc.; animadores de projetos e programas orientados para a educação para os *media* e literacia digital; bibliotecários que desenvolvem trabalho de literacia informativa e mediática; pessoas de diversos âmbitos ligados à definição e implementação de políticas relacionadas com a educação para os *media* e literacia digital. Os vídeos das sessões plenárias deste Congresso encontram-se disponíveis para consulta.

PROTOCOLO DE COOPERAÇÃO ERC/PROCURADORIA-GERAL DA REPÚBLICA

O presidente da ERC e as vogais Luísa Roseira e Raquel Alexandra Castro reuniram, a 20 de fevereiro de 2013, com a Procuradora-Geral da República, Joana Marques Vidal, constando da agenda, entre outras matérias, a atualização do protocolo de cooperação celebrado entre as duas entidades, a 25 de maio de 2012, e que visa incrementar uma melhor articulação entre os serviços que tutelam, designadamente, no âmbito dos processos de natureza contraordenacional, cuja decisão se integra na esfera de competências da ERC.

No âmbito deste Protocolo, as duas instituições promoveram ao longo de 2013, em Lisboa e no Porto, dois colóquios sobre os comentários do público em órgãos de comunicação *online*, refletindo sobre a contraposição da liberdade de expressão com a violação de direitos fundamentais.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

**PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS
CONCLUÍDOS EM 2013**

PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS CONCLUÍDOS EM 2013

1. **ERC/11/2010/870:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador Ecos da Raia, Publicidade e Rádio, Lda., por violação do artigo 18.º, n.º 1, da Lei da Rádio.*
 - Sentido da decisão: em 20 de fevereiro de 2013, através da decisão 40/2013 (AUT-R-PC), o Conselho Regulador da ERC admoestou a arguida para a necessidade de cumprir o disposto na Lei da Rádio.

2. **ERC/10/2012/888:** *abertura de processo contraordenacional contra o proprietário de “O Mirante” por violação do artigo 26.º, n.º 4, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: Prescrição do processo.

3. **ERC/10/2012/884:** *abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal “Barcelos Popular” por violação do artigo 26.º, n.º 3, 4 e 6, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: em 27 de fevereiro de 2013, através da decisão 44/2013 (DR-I/PC), o Conselho Regulador da ERC condenou a arguida no pagamento de uma coima única no valor de 997,60€, nos termos do artigo 19.º do Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro, e do artigo 35.º, n.º 1, alínea b), da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, por, dolosamente, ter infringido o estabelecido no artigo 26.º, n.º 3, 4 e 6, da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro.
A arguida recorreu da decisão da ERC, tendo o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão declarado a prescrição do procedimento.

4. **ERC/10/2012/937:** *abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal “Barcelos Popular” por violação do artigo 26.º, n.º 7, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: em 18 de dezembro de 2013, através da decisão 267/2013 (DR-I/PC), o Conselho Regulador da ERC determinou o arquivamento do processo.

5. **ERC/1/2012/954:** *abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do jornal “Correio da Manhã” por violação do artigo 24.º, n.º 1 e 2, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: Prescrição do processo.

6. **ERC/07/2011/1112:** *abertura de processo contraordenacional contra os proprietários de “O Mirante” por violação dos artigos 26.º, n.º 3, e no artigo 27.º, n.º 4 da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: em 15 de maio de 2013, através da decisão 171/2013 (DR-I/PC), o Conselho Regulador da ERC condenou os arguidos no pagamento de uma coima única no valor de €623, 50, nos termos da alínea d), do n.º 1 do artigo 35.º da Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, por, a título negligente, terem infringido o estabelecido no artigo 26.º, n.º 3, e no artigo 27.º, n.º 4, da Lei de Imprensa. Os arguidos recorreram da decisão da ERC, tendo o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão declarado a prescrição do procedimento.

7. **ERC/11/2012/1051:** *abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal “Barcelos Popular” por violação do artigo 26.º, n.º 3, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: em 19 de dezembro de 2013, através da decisão 272/2013 (DR-I/PC), o Conselho Regulador da ERC determinou o arquivamento do processo.

8. **ERC/11/2012/1070:** *abertura de processo contraordenacional contra Milho Rei - Cooperativa Popular de Informação e Cultura de Barcelos, C.R.L., proprietário do jornal “Barcelos Popular” por violação do artigo 26.º, n.º 3, da Lei de Imprensa.*
 - Sentido da decisão: em 18 de dezembro de 2013, através da decisão 273/2013 (DR-I/PC), o Conselho Regulador da ERC determinou o arquivamento do processo.

9. **ERC/12/2012/1120:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador Emissora Regional de Amarante, Lda., por violação do artigo 18.º, n.º 1, da Lei da Rádio.*
 - Sentido da decisão: em 15 de maio de 2013, através da decisão 139/2013 (LIC-R-PC), o Conselho Regulador da ERC admoestou o arguido para a necessidade de cumprir o disposto na Lei da Rádio.

10. **ERC/12/2012/1160:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda., por violação do artigo 19.º, n.º 1, da Lei da Rádio.*
 - Sentido da decisão: em 15 de maio de 2013, através da decisão 125/2013 (CONTPROG-R-PC), o Conselho Regulador da ERC admoestou o arguido para a necessidade de cumprir o disposto na Lei da Rádio.

- 11. ERC/12/2012/1096:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 25.º, n.º 5, do Código da Publicidade.*
- Sentido da decisão: em 16 de janeiro de 2013, através da decisão 9/2013 (PUB-TV-PC), o Conselho Regulador da ERC admoestou o arguido ao cumprimento das disposições legais violadas.
- 12. ERC/12/2012/1106:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., Automóveis, Citroen, S.A., e Caixa Geral de Depósitos por violação do artigo 24.º, n.º 3, do Código da Publicidade.*
- Sentido da decisão: em 16 de janeiro de 2013, através da decisão 10/2013 (PUB-TV-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou arquivar o processo contraordenacional instaurado contra a Citroen, S.A., e Caixa Geral de Depósitos e, simultaneamente, admoestar a SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A., ao cumprimento das disposições legais violadas.
- 13. ERC/05/2013/447:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador Rádio Insular, Lda., por violação dos artigos os artigos 11.º, n.º 2 e 3, 26.º, n.º 1, 32.º, n.º 2, alínea g), 35.º e 37.º, n.º 1 e 2, da Lei da Rádio.*
- Sentido da decisão: em 18 de dezembro de 2013, através da decisão 274/2013 (LIC-R-PC), o Conselho Regulador da ERC admoestou o arguido ao cumprimento das disposições legais violadas.
- 14. ERC/03/2011/484:** *abertura de processo contraordenacional contra a Empresa Jornal da Madeira, Lda., por violação do artigo 26.º, n.º 2, alínea a), da Lei de Imprensa.*
- Sentido da decisão: em 16 de julho de 2013, através da decisão 184/2013 (DR-I-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou o arquivamento do processo, absolvendo a arguida.
- 15. ERC/08/2011/1136:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador SIC - Sociedade Independente de Comunicação, S.A, por infração das regras relativas ao anúncio de programação – mês de julho de 2009.*
- Sentido da decisão: em 16 de julho de 2013, através da decisão 34/2013 (PROG-TV-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido para o cumprimento do artigo 29.º, n.º 2, da Lei da Televisão, diligenciando no sentido de respeitar o anunciado na grelha de programação.
- 16. ERC/12/2011/1497:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador TVI - Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão, por transmissão do programa “Perdidos na Tribo”.*
- Sentido da decisão: em 16 de janeiro de 2013, através da decisão 11/2013 (CONTPROG-TV-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido para o cumprimento do artigo 27.º, n.º 4, da Lei da Televisão, abstendo-se, fora do horário compreendido entre as 22h30 e as 06h00 de transmitir imagens que, face ao seu conteúdo violento, sejam suscetíveis de influir negativamente na formação da personalidade de crianças e adolescentes.
- 17. ERC/01/2012/83:** *abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do jornal “Correio da Manhã” por violação do artigo 7.º da Lei das Sondagens.*
- Sentido da decisão: em 10 de julho de 2013, através da decisão 196/2013 (SOND-I-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido.
- 18. ERC/05/2012/475:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 7.º, n.º 2, da Lei das Sondagens.*
- Sentido da decisão: em 24 de janeiro de 2013, através da decisão 21/2013 (SOND-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido.
- 19. ERC/05/2012/476:** *abertura de processo contraordenacional contra o operador RTP - Rádio e Televisão de Portugal, S.A., por violação do artigo 7.º, n.º 2, da Lei das Sondagens.*
- Sentido da decisão: em 24 de janeiro de 2013, através da decisão 22/2013 (SOND-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido.
- 20. ERC/05/2012/477:** *abertura de processo contraordenacional contra o proprietário do “Jornal de Notícias” por violação do artigo 7.º da Lei das Sondagens.*
- Sentido da decisão: em 24 de janeiro de 2013, através da decisão 23/2013 (SOND-I-PC), o Conselho Regulador da ERC deliberou admoestar o arguido.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

**VIOLAÇÕES DOS VÁRIOS MEIOS
AO ARTIGO 27.º DA LEI DA TELEVISÃO**

VIOLAÇÕES DOS VÁRIOS MEIOS AO ARTIGO 27.º DA LEI DA TELEVISÃO

A proteção de crianças e adolescentes, face aos conteúdos transmitidos pelos serviços de programas televisivos, tem sido uma preocupação constante, quer a nível europeu quer nacional. Efetivamente, já a Diretiva 89/552/CEE, do Parlamento Europeu e do Conselho, reconhecia a necessidade de «prever normas para a proteção do desenvolvimento físico, mental e moral dos menores nos programas e na publicidade televisiva», para além da necessidade de os Estados-membros tomarem «as medidas apropriadas para assegurar que as emissões televisivas dos organismos de radiodifusão sob a sua jurisdição não incluam quaisquer programas suscetíveis de prejudicar gravemente o desenvolvimento físico, mental ou moral dos menores, nomeadamente programas que incluam cenas de pornografia ou de violência gratuita»¹.

Os n.ºs 2 e 3 do art.º 22.º previam também que “todos os programas suscetíveis de prejudicar o desenvolvimento físico, mental ou moral dos menores” deveriam ser emitidos num horário em que, à partida, não fossem visualizáveis por aqueles, e acompanhados de um sinal sonoro ou visual permanente.

Mais recentemente, a Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, reforçou que «as comunicações comerciais audiovisuais não devem prejudicar física ou moralmente os menores», sendo que o seu capítulo III, sob a epígrafe “proteção de menores na radiodifusão televisiva”, manteve as proibições e as condicionantes que constavam do art.º 22.º da Diretiva 89/552/CEE.

A nível interno, os limites à liberdade de programação estiveram regulados na Lei n.º 32/2003, de 22 de agosto. Este diploma foi revogado pela Lei n.º 27/2007, de 30 de junho, que foi, entretanto, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, que republicou, em anexo, a denominada “Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido”.

Na Lei n.º 27/2007, que é simultaneamente o instrumento básico de transposição da Diretiva n.º 2010/13/EU, o art.º 27.º, sob a epígrafe “Limites à liberdade de programação”, determina que «a programação dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido deve respeitar a dignidade da pessoa humana e os direitos, liberdades e garantias fundamentais» (n.º 1) e que «os serviços de programas televisivos e os serviços audiovisuais a pedido não podem,

através dos elementos de programação que difundam, incitar ao ódio racial, religioso, político ou gerado pela cor, origem étnica ou nacional, pelo sexo, pela orientação sexual ou pela deficiência» (n.º 2).

O n.º 3 do mesmo preceito legal dispõe que «não é permitida a emissão televisiva de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia, no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita».

O n.º 4 prevê ainda que «a emissão televisiva de quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade de crianças e adolescentes deve ser acompanhada da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só pode ter lugar entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas», imposições essas que, por força do n.º 7, também se aplicam a «quaisquer elementos de programação, incluindo a publicidade e as mensagens, extratos ou imagens de autopromoção, como ainda serviços de teletexto e guias eletrónicos de programação».

Finalmente, o n.º 8 determina uma solução algo diferente para os serviços noticiosos estabelecendo que, neste caso, as imagens com as características dos n.ºs 3 e 4 podem ser transmitidas em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentadas com respeito pelas normas éticas da profissão e antecédidos de uma advertência sobre a sua natureza.

Por fim, a Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, a qual procedeu à primeira alteração à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, continua a regular os limites à liberdade de programação em termos idênticos aos previstos na Lei n.º 27/2007, de 30 de junho, conforme resulta do disposto no art.º 27.º, constante no Capítulo IV, Secção I, “Liberdade de programação e de informação”.

Conclui-se, face ao exposto, que a proteção dos públicos menores tem sido uma preocupação constante do legislador, consagrando restrições à liberdade de programação que os operadores nos serviços de programas televisivos disponibilizam, sempre que a mesma possa lesar a formação da personalidade daqueles.

¹ Cf. n.º 1 do art.º 22.º

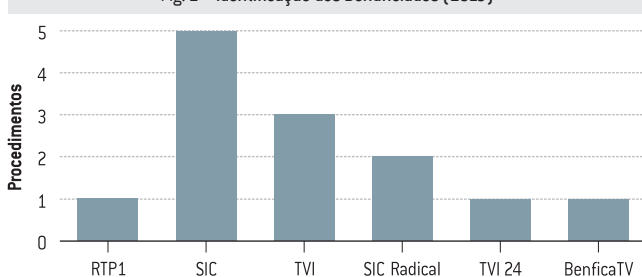
Fig. 1 – Processos relativos aos limites à liberdade de programação (2013)

Deliberação	Identificação do Programa	Decisão
20/2013	"Show Me Yours"	Abertura de procedimento contraordenacional.
55/2013	"Nas Ruas"	Não dar seguimento.
56/2013	"Doida por Ti"	Não dar seguimento.
75/2013	Jornal das 8	Abertura de procedimento contraordenacional.
101/2013	Jornal da Noite	Não dar seguimento.
106/2013	"Perdidos e Achados"	Sensibilizar.
122/2013	"Mata, Esfola e Bom Apetite"	Não dar seguimento.
126/2013	Benfica 10 Horas	Sensibilizar.
138/2013	"Vingança Rápida"	Abertura de procedimento contraordenacional.
159/2013	Você na TV	Sensibilizar.
175/2013	"Jerry Maguire"	Sensibilizar.
195/2013	"Odisseia"	Não dar seguimento.
255/2013	"O preço dos inocentes"	Não dar seguimento.

Por esse motivo, e atendendo ainda às competências atribuídas à ERC, das quais se destaca a obrigação de «assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento»². O Conselho Regulador da ERC proferiu, em 2013, 13 (treze) deliberações em que foram tratados, como problemática dominante, os limites à liberdade de programação televisiva, requerendo uma decisão sobre a aplicabilidade do quadro legal antes enunciado.

O maior número de denúncias foi dirigido contra os serviços de programas generalistas SIC e TVI, ainda que deste conjunto se saliente a SIC (38,5% do total de procedimentos finalizados no período temporal) em comparação com a TVI (23,1%). A SIC Radical foi o serviço de programas temático objeto de mais queixas (15,4%). Ressalta-se adicionalmente que os serviços de programas do universo

Fig. 2 – Identificação dos Denunciados (2013)



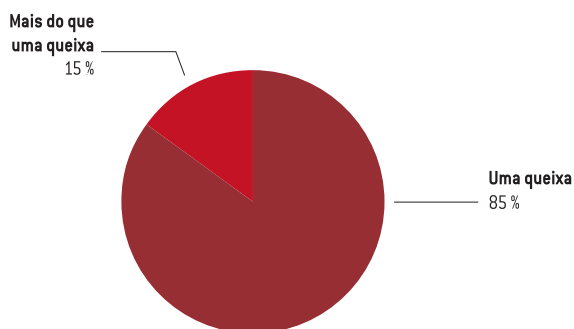
N=13 (deliberações adotadas pela ERC com incidência nos limites à liberdade de programação).

SIC (SIC e SIC Radical) foram visados em 53,8% dos procedimentos concluídos, no período em análise, relativos aos limites à liberdade de programação.

Quanto à origem dos procedimentos relativos aos limites à liberdade de programação, todos partiram da denúncia de participantes particulares.

A maioria dos processos resultou de uma única queixa (85%). Apenas 15% teve origem em múltiplas participações. O procedimento relativo a uma reportagem que abordava os touros de morte foi o que recebeu mais queixas³.

Fig. 3 – Número de Participações por Procedimento (2013)



N=13 (deliberações adotadas pelo CREG com incidência nos limites à liberdade de programação).

Os serviços informativos foram aqueles que suscitaram um maior número de denúncias relativas à eventual violação dos limites à liberdade de programação (correspondem a 30,7% do total de processos concluídos), seguindo-se os programas de documentário (23,1%) e os filmes (15,4%). Os restantes procedimentos dispersam-se por géneros / formatos como séries (7,7%), talk-shows (7,7%), programas de humor (7,7%) ou telenovelas (7,7%).

Fig. 4 – Género de programas alvo de denúncia (2013)

Género/Formato	N	%
Filme	2	15,4
Serviço Informativo	4	30,7
Documentário	3	23,1
Talk-show	1	7,7
Série	1	7,7
Programa de Humor	1	7,7
Telenovela	1	7,7
Total	13	100

N=13 (deliberações adotadas pelo CREG com incidência nos limites à liberdade de programação).

2 Cf. alínea c) do art.º 7.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

3 Cf. Deliberação 106/2013 (CONTPROG-TV), aprovada em 16 de abril de 2013.

Na fig. 5 sistematiza-se, nos termos em que foram enunciados pelos participantes, os principais motivos evocados para preconizar que ocorreu uma violação aos limites à liberdade de programação. A problemática mais suscitada foi a presença de conteúdos violentos (46 %). Em 8 % das participações, os queixosos consideraram que os conteúdos eram suscetíveis de afetar os públicos mais jovens e, relacionado com este fator, foi questionada a adequação do horário à natureza dos conteúdos difundidos em 31 % dos procedimentos. Em 15 % dos casos estava em causa o desrespeito pela dignidade e pelos direitos fundamentais.

O Conselho Regulador não deu seguimento às denúncias apresentadas em 46 % dos procedimentos. Em 23 % dos casos, deliberou iniciar um processo contraordenacional e, em 31 % dos procedimentos,

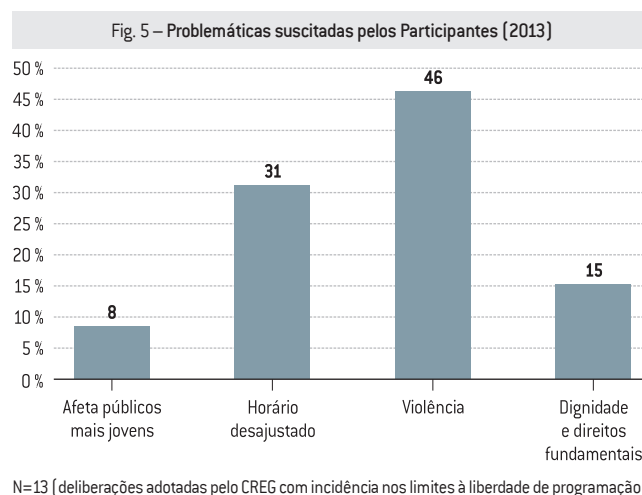


Fig. 6 – Decisões da ERC (2013)

Decisão	N	%
Não dar seguimento	6	46
Dar seguimento com procedimento contraordenacional	3	23
Sensibilizar	4	31
Total	13	100

N=13 (deliberações adotadas pela ERC com incidência nos limites à liberdade de programação).

sensibilizou o operador em causa a adotar uma conduta mais consentânea com a ética de antena.

A SIC, a SIC Radical e a TVI foram os serviços de programas em relação aos quais o Conselho Regulador decidiu instaurar processo contraordenacional por violação dos limites à liberdade de programação.

Noutros procedimentos, a Benfica TV, e mais uma vez a SIC e a TVI,

Fig. 7 – Decisões da ERC por operador (2013)

Serviço de programas	%			Total
	Não dar seguimento	Dar seguimento com procedimento contraordenacional	Sensibilizar	
RTP1	100,00			100,00
SIC	40,00	20,00	40,00	100,00
TVI	33,33	33,33	33,33	100,00
SIC Radical	50,00	50,00		100,00
TVI 24	100,00			100,00
Benfica TV			100,00	100,00

N=13 (deliberações adotadas pela ERC com incidência nos limites à liberdade de programação).

foram sensibilizadas a fazer uma ponderação mais cuidadosa sobre os conteúdos a transmitir e o respetivo horário de exibição.

O Conselho Regulador não deu seguimento a alguns procedimentos que visavam a RTP1, a SIC, a TVI, a SIC Radical, e a TVI 24.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

OS MEIOS

Oferta e Consumos de *Media*

Investimento Publicitário:

A evolução do mercado nos últimos 10 anos

Registos dos Meios
e Órgãos de Comunicação Social

Sondagens

OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

1. NOTA INTRODUTÓRIA

Nos pontos que se seguem apresenta-se uma caracterização geral da oferta e de padrões de consumo dos diferentes meios de comunicação, traçada a partir do cruzamento e da sistematização de dados produzidos por diversas fontes (ANACOM - Autoridade Nacional das Comunicações, APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação, INE - Instituto Nacional de Estatística, Marktest, GfK, CAEM – Comissão de Análise de Estudos de Meios, entre outras mais pontuais).

No primeiro ponto, sobre a televisão, são sistematizadas informações relativas ao mercado, estrutura de programação e acesso ao serviço de televisão em Portugal, sendo ainda descritos os consumos e as audiências dos serviços de programas generalistas e do “cabo/outros” ou de “pay TV/outros”, categoria que, além dos canais de subscrição, compreende o vídeo, videojogos e outros equipamentos periféricos. No ponto consagrado à rádio apresenta-se sumariamente a paisagem radiofónica em Portugal, os tempos de audição e os desempenhos da audiência. No ponto dedicado à imprensa são expostos os valores de circulação por segmento editorial, bem como a evolução deste indicador. O ponto seguinte trata os consumos de internet nas várias plataformas que disponibilizam o acesso a este serviço.

Os dados das fontes consultadas – pela sua natureza intrínseca, bem como pelas amostragens e metodologias subjacentes à sua obtenção – não possibilitam leituras cruzadas e, em rigor, uma compreensão integrada da temática tratada. No entanto, não se ignora que, sob o impulso do digital e da valorização económica de determinados conteúdos, a paisagem mediática sofreu rápidas e dramáticas transformações, com impacto nas estruturas programáticas e na disponibilização de conteúdos, em distintas (mas também entrecruzadas) plataformas, o que se reflete em dietas de *media* caracterizadas pela utilização combinada, em simultâneo, de mais do que um meio, seja televisão, rádio, imprensa, telemóvel ou internet.

2. 2013: MAIS CONVERGENTE, MAIS DIGITAL

Entre as operações do mercado que mais influenciaram a paisagem mediática nacional em 2013, destacam-se a fusão entre a ZON (televisão por subscrição) e a Optimus (comunicações móveis)¹, e a mi-

gração da TMN (comunicações móveis) para a Meo (televisão a pagamento). Em sequência, em 2014, as marcas ZON e Optimus deram origem à NOS, enquanto a Meo absorveu a TMN, a mais antiga operadora de telecomunicações portuguesa. Deste modo, acentuou-se o peso dos tradicionais operadores de comunicações eletrónicas na reconfiguração do setor dos *media*, face à indissociabilidade entre plataformas/redes e conteúdos. Por outro lado, potenciou-se a oferta em pacote – consolidando-se a combinação entre serviços outrora separados, nos quais aquelas empresas atuam e possuem relevantes quotas de mercado – e a convergência de clientes. A ANACOM estima que, no final de 2013, 80 % dos assinantes da televisão a pagamento aderiram simultaneamente a outros serviços, decrescendo o número de clientes só de televisão, e que 90,1 % dos clientes do serviço de acesso à internet em banda larga fixa adquiriram o serviço no âmbito de um pacote de serviços. No mesmo período, o número de assinantes do serviço de televisão aproximou-se dos 3,2 milhões, ao mesmo tempo que subiu a taxa de penetração do serviço de acesso à internet em banda larga, fixa (24,4 %) e móvel (37,2 %). Destes universos de subscritores, evidenciam-se as posições da ZON Optimus (atual NOS) e da Meo/TMN (atual Meo) nos mercados respetivos. No segmento da televisão por subscrição, o Grupo ZON Optimus detém uma quota de 47,8 % e a PT Comunicações outra de 41,5 %. No que se refere às quotas de acesso à internet em banda larga fixa, a PT Comunicações possuía uma quota de 50,5 % de clientes e o Grupo ZON Optimus uma fatia de 36,2 %. No mesmo período, a TMN detinha 45,4 % dos clientes de banda larga móvel e o Grupo ZON Optimus de 21,8 %.

Outro aspeto em destaque prende-se com o crescimento da utilização da internet em banda larga móvel, que a Marktest associa ao telemóvel, equipamento com uma cobertura superior a 100 % da população. De acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Marktest, a penetração de *smartphones* atingiu 40,4 % no final de 2013.

A estrutura da oferta televisiva molda-se às características dos novos serviços de programas, salientando-se, nos últimos anos, a aposta em futebol e no cinema como conteúdos *premium*. A Benfica TV (atual BTV) é um exemplo interessante de um serviço de programas associado a um clube de futebol, e que, na primeira metade de 2013, solicitou a alteração para acesso condicionado, gerindo diretamente os direitos de transmissão das respetivas competições². Por seu turno, entre os programas mais vistos dos serviços de programas

¹ Esta operação assumiu a forma de fusão por incorporação total, o que implicou a transferência global do património da Optimus, na qualidade de sociedade incorporada, para a ZON, na qualidade de sociedade incorporante.

² Cf. Deliberação da ERC n.º 164/2013, de 26 de junho.

generalistas *free to air*, encontram-se os jogos de futebol e rubricas associadas. Esta análise permite também vislumbrar as respetivas estratégias de programação: o carácter complementar da programação da RTP1 e da RTP2, com apostas claras, mas diferenciadas, nas modalidades desportivas; a ficção, através das telenovelas de produção nacional e brasileira, na SIC; o *reality show* Casa dos Segredos e a ficção nacional na TVI.

É inquestionável que as possibilidades tecnológicas contribuem para alterar a experiência de visionamento televisivo. Recentemente, os operadores de televisão iniciaram a exploração de projetos multi-ecrã. Segundo a PricewaterhouseCoopers (PwC), no estudo *Portugal Entertainment and Media Outlook: 2013-2017*, a televisão contemporânea apresenta-nos exemplos do *personal media*, por exemplo com o uso crescente dos *second screen* (*smartphones* e *tablets*) para partilhar e comentar conteúdos e programas, muitas vezes através das redes sociais (PwC, 2013: 5). A consultora identifica a tendência, a nível internacional, de uma nova classe média cada vez mais ligada à internet utilizando aparelhos móveis. A preferência pelo acesso à televisão em qualquer lugar traduz uma evolução em relação ao modelo linear. «Alguns consumidores decidem abandonar as tradicionais subscrições de televisão passando a aceder a conteúdos semelhantes, disponíveis na internet e portanto mais económicos. Desta forma, começa a surgir uma nova geração de consumidores que só desejam aceder a conteúdos através da internet» (PwC, 2013: 18). O visionamento de conteúdos mediáticos em diferentes aparelhos e no momento que os consumidores escolhem configura a transição de paradigma dos *mass media* para os *personal media*. A PwC prevê que a banda larga fixa e, sobretudo, a móvel será uma força motriz dos serviços digitais e do aumento de receitas do setor de entretenimento e *media*. Segundo a mesma fonte, a taxa de crescimento anual das vendas globais neste setor será de 2,7 % até 2017, sendo que este indicador, no que se refere à componente digital, sobe para os 24,7 %. «Este aumento previsto nas receitas digitais deverá motivar a queda das vendas físicas. Apesar de as receitas globais se manterem aproximadamente constantes» (PwC, 2013: 14).

Também no meio radiofónico se assiste à migração dos meios clássicos para o digital. «A Rádio como que renasceu de uma quase condenação às margens do nosso ecossistema pós-mediático», vitalidade visível nos *web-sites* das estações de rádio e também na escuta das emissões em direto através de terminais móveis, interação com redes sociais ou múltiplas aplicações em *web stores* (*Revista Media e Jornalismo*, n.º 24, 2014: 15). Esta reinvenção da rádio através de uma relação de complementaridade com a internet permitiu desenvolver «novos contextos narrativos, discursivos e de expansão junto das audiências». Segundo Luís Bonixe, exemplos

desta complementaridade são o «fenómeno das *web-rádios* vistas como espaços para novos conteúdos ou a expansão geográfica da rádio utilizando a rede global» (2011: 30)³. No estudo *Bareme Rádio* da Marktest, relativo à vaga de abril de 2013, indica-se que 20 % dos portugueses dizem ter o hábito de ouvir rádio através da internet⁴.

A penetração da internet de banda larga, permitindo um fácil acesso a conteúdos digitais em diferentes dispositivos, afeta também significativamente o setor da imprensa. Segundo a PwC, o intenso aumento do número de equipamentos inteligentes, como *e-readers*, *smartphones* e *tablets*, permitiu uma adaptação imediata dos editores de jornais, ainda que o jornal em papel continue a ser uma parte central neste cenário (2013: 74), com a consequência de uma quebra estrutural da circulação em papel nos últimos anos. É visível a aposta na disponibilização de conteúdos *online* por parte dos editores, com a coabitação de distintos formatos e a associação a redes sociais, onde o impacto é alavancado pelos próprios utilizadores, através de partilhas e comentários. Aliás, segundo o Eurostat, em 2013 totalizavam 44 % os indivíduos em Portugal que recorriam à internet para participar em redes sociais (43 %, média da UE)⁵. E, complementarmente, no mesmo ano, os primeiros cinco domínios mais visitados da internet foram motores de busca (Google), portais (Sapo) e redes sociais e plataformas de partilha de conteúdos (Facebook, Youtube)⁶. Porém, num contexto de declínio de um já mitigado e disputado mercado publicitário, a incerteza quanto a modelos de negócio que garantam a sustentabilidade continua a ser um problema. A World Association of Newspapers and News Publishers, no inquérito anual *World Press Trends*, conclui que a combinação entre papel e digital está a estimular as audiências dos jornais, ainda que o crescimento das receitas provenientes do digital não seja suficiente, o que representa um risco para os editores. Alguns meios optaram pela introdução de *paywalls* para o acesso a determinados conteúdos (caso do *Público*), assinaturas específicas (o *Diário Digital* do *Expresso*, lançado em maio de 2014). Outros projetos têm existência exclusivamente na internet, como o *Observador*, iniciado também em 2014. Analisando os dados da APCT, é evidente que ainda não há uma compensação das perdas de circulação em papel com o aumento das assinaturas digitais. Não obstante, é perceptível que os títulos revelam diferentes ritmos e estratégias na transição para o digital.

3. TELEVISÃO

3.1. O MERCADO DA TELEVISÃO

A televisão continua a ser o meio de comunicação dominante em Portugal. Segundo a GfK, o visionamento televisivo diário ascende a

3 «Jornalismo radiofónico e Internet – Um estudo da evolução do uso das potencialidades online nas notícias dos sites da rádio», Comunicação e Sociedade, vol. 20, 2011, pp. 29-41.

4 Cf. www.marktest.com/wap/a/n/idff1b9b.aspx (consultado a 29 de setembro).

5 <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00127&plugin=0> (consultado a 29 de setembro).

6 Marktest (2014), Anuário de Media & Publicidade 2013, p. 289.

quase seis horas (05h45m40), uma estimativa superior à da Marktest, segundo a qual os portugueses despendem em média 03h54m36 a ver televisão todos os dias.

No que respeita ao mercado televisivo, há a sublinhar dois aspetos fundamentais. Por um lado, continua uma incógnita a evolução do modelo de exploração da TDT em Portugal, com a manutenção de uma oferta de cinco serviços de programas na plataforma *free-to-air* (RTP1, RTP2, SIC, TVI e ARTV). Por outro, destaca-se a consolidação do segmento da televisão paga em Portugal, com a diversificação das tecnologias de acesso e dos canais disponíveis e o incremento do número de assinantes.

Tendo por referência o total de alojamentos familiares clássicos, a taxa de penetração do serviço de televisão por subscrição atingiu, no final de 2013, 53,7 assinantes por cada cem alojamentos. Atendendo apenas ao universo de famílias clássicas, a taxa de penetração sobe para 78,4 assinantes por cada cem famílias.

Concomitantemente, o número total de assinantes deste serviço continuou a crescer, atingindo 3,171 milhões no final do ano passado (aumento de 1,6%). A título ilustrativo, no final de 2010, este indicador fixou-se em 2,8 milhões.

Ao longo de 2013, surgiram 49,4 mil novos assinantes da televisão por subscrição, os quais, em grande medida, aderiram às ofertas suportadas em fibra ótica (FTTH/B) e em rede telefónica pública (xDSL), tendo diminuído o número de assinantes dos serviços de televisão por cabo e satélite.

Fig. 1 – Evolução do número de assinantes da televisão por subscrição por modalidades de acesso – 4T 2012 e 2013

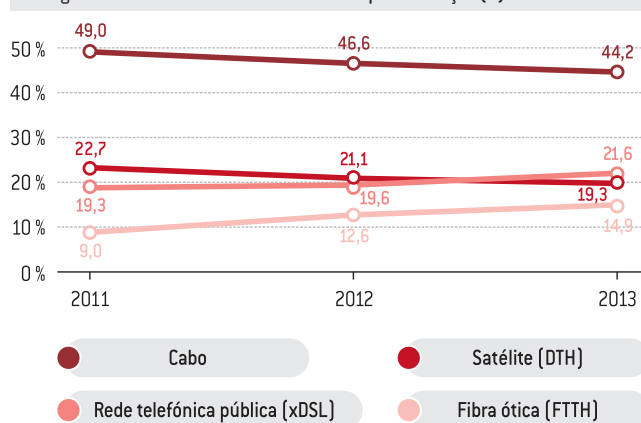
Tecnologia	4T 2012	4T 2013	2013-2012
	Milhares		%
TV por cabo	1 456	1 401	-3,8
Satélite (DHT)	660	612	-7,3
Rede telefónica pública (xDSL)	612	686	12,0
Fibra ótica (FTTH)	394	473	20,1
Total	3 122	3 171	1,6

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística.

O serviço de distribuição por cabo continua a captar a maior fatia do mercado da televisão por subscrição (44% em 2013), ainda que registando perdas sequenciais pelo menos desde 2011. A rede telefónica pública (xDSL) alcançou, em 2013, um peso de quase 22%, ultrapassando o satélite como segunda tecnologia mais contratada. Destaca-se ainda o crescimento da fibra ótica entre 2012 e 2013, na ordem dos 20%.

A consultora PwC, no estudo supracitado, estima que, em Portugal, o mercado da televisão por subscrição continue em crescimento, atingindo, no final de 2017, um total de 3,8 milhões de assinantes e uma taxa de penetração de 60% (2013: 55).

Fig. 2 – Modalidades de acesso da televisão por subscrição (%) – 2011 a 2013



Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística.

Em 2013, o Grupo ZON Optimus (atualmente, NOS) concentrou a quota mais elevada de assinantes de televisão por assinatura – perto dos 48% –, seguindo-se a PT Comunicações, que opera a marca Meo (41,5%). Estes dois operadores reúnem cerca de 90% dos subscritores deste serviço, detendo outros *players* fatias residuais do mercado.

Fig. 3 – Quotas de assinantes por prestador do serviço de televisão por subscrição (2013)

Empresa	Quota de assinantes (%)
Grupo ZON Optimus (NOS)	47,8
PT Comunicações (Meo)	41,5
Cabovisão	7,1
Vodafone	3,5
Outros prestadores	0,2

Fonte: ANACOM – Serviços de Televisão por Subscrição. Informação Estatística / 4.º Trimestre de 2013.

Um aspeto que se fortaleceu no mercado televisivo relaciona-se com a associação da subscrição televisiva à prestação de outros serviços de comunicações (ofertas «em pacote»). Em 2013, perto de 80% dos assinantes da televisão a pagamento aderiram simultaneamente a outros serviços, decrescendo o número de clientes só de televisão. A situação mais comum consiste na contratação de mais do que dois serviços em simultâneo (e.g., internet, telefone fixo e móvel), o que é consentâneo com a evolução do portefólio da oferta dos respetivos prestadores e da configuração institucional dos principais *players* do mercado. Reflexo desta articulação de serviços, em maio de 2014, congregaram-se na marca NOS a ZON e a Optimus. No início de 2014, a PT anunciou o desaparecimento da marca TMN, passando os serviços da operadora a ser comercializados sob a designação Meo.

3.2. OFERTA TELEVISIVA

No plano da oferta televisiva, assiste-se ao aumento e diversificação de serviços de programas nas plataformas a pagamento, de acordo com temáticas e públicos-alvo específicos. O desporto (com destaque

para o futebol), o cinema e a informação constituem as temáticas dominantes dos novos *canais* autorizados pela ERC, a que se somam, entre outras, o entretenimento e infantis. No final de 2012, encontravam-se ativos em Portugal 55 serviços de programas de televisão, dos quais 12 generalistas e 44 temáticos. Deste conjunto, seis eram de acesso não condicionado livre, 36 de acesso não condicionado com assinatura e 14 de acesso condicionado⁷.

Fig. 4 – Serviços de programas televisivos com licença/autorização ativos em Portugal – estado da arte no final de 2012

Tipologia	Serviço de programas televisivo
Generalista	<ul style="list-style-type: none"> • RTP1; RTP2; RTP Madeira; RTP Açores; RTP Internacional; RTP África. • SIC; SIC Internacional; SIC Radical. • TVI; TVI Internacional. • Correio da Manhã TV.
Desporto	<ul style="list-style-type: none"> • Sport TV 1; Sport TV 2; Sport TV 3; Sport TV África 1; Sport TV 4; Sport TV Golfe; Sport TV África 2; Sport TV Américas; Benfica TV; A Bola TV
Cinema	<ul style="list-style-type: none"> • TVC1; TVC2; TVC3; TVC4; MDV; Hollywood
Informação	<ul style="list-style-type: none"> • RTP Informação; SIC Notícias; TVI24; Porto Canal; RTV; Económico TV
Entretenimento	<ul style="list-style-type: none"> • SIC Especial; TVI Direct; +TVI; Q; ZAP Viva; Local Visão TV
Ficção	<ul style="list-style-type: none"> • TVI Ficção; Zap Novelas
Outros	<ul style="list-style-type: none"> • RTP Memória; SIC Mulher; SIC K; ZON Programação TV Cabo; TV Séries; ARTV; MVM; MTV Portugal; Hot TV; Canal Panda; Panda Biggs; Canal 180; House TV

Fonte: ERC, Relatório de Regulação 2012, p. 637-638.

Como tem sido salientado pela ERC, desde 1998, quando passou a ser possível aceder à atividade de televisão mediante autorização, registou-se o incremento da oferta de canais televisivos. Entre 1999 e 2007, foram autorizados 15 novos serviços de programas; e, de 2008 a 2012, surgiram 32 novos serviços, dois dos quais foram entretanto revogados.

Em 2013, foram autorizados pela ERC o SIC Caras (temático de entretenimento) e o +Novelas (temático de telenovelas e séries). Já nos três primeiros trimestres de 2014, a ERC permitiu o início das emissões de dois serviços de programas temáticos de cinema (DStv Pipoca e Cinemundo) e dois serviços de programas temáticos de desporto pertencentes a clubes de futebol (Sporting TV e Benfica TV 2).

Segundo o Barómetro das Telecomunicações da Marktest - Rede Fixa 2013, citado pela ANACOM, cerca de 59 % dos lares com televisão por subscrição dispunham de mais de 80 canais, tendo diminuído a contratação de canais *premium* (19,4 % dos lares com televisão por subscrição, menos 1,2 p.p. face a 2012).

Fig. 5 – Serviços de programas televisivos autorizados pela ERC entre 2008 e 2012

Ano	N.º novos serviços programas	Designação dos serviços de programas
2008	5	<ul style="list-style-type: none"> • MVM (temático musical) • Sport TV 3 • Sport TV África 1 • Sport TV 4 • Benfica TV (temáticos desportivos)
2009	9	<ul style="list-style-type: none"> • MTV Portugal (temático musical e estilo de vida dos jovens) • TVI 24 (temático informativo) • Económico TV (temático economia e finanças) • HOT TV (temático conteúdos sexuais para adultos) • Panda • Panda Biggs (temáticos infantil e juvenil) • SIC Kids (temático infantojuvenil) • MOV (temático de cinema e de séries) • Hollywood (temático de cinema)
2010	6	<ul style="list-style-type: none"> • Sport TV Golfe • Sport TV Américas (temáticos desportivos) • Sport TV África 2 • Q (temático de entretenimento) • TVI Internacional (generalista) • TVI Direct (temático sobre <i>reality shows</i>)
2011	4	<ul style="list-style-type: none"> • Canal 180 (temático cultural) • ZAP Novelas (temático de séries e novelas) • SIC Especial (temático de entretenimento) • TV Séries (temático de séries) • House TV (temático imobiliário) – autorização revogada em 2013 • Canal 10 (temático entretenimento) – autorização revogada em 2012
2012	6	<ul style="list-style-type: none"> • +TVI (temático de entretenimento) • ZAP Viva (temático de entretenimento) • TVI Ficção (temático de ficção nacional) • A Bola TV (temático desportivo) • Localvisão TV (temático sobre informação de proximidade) • Correio da Manhã TV (generalista)

Fonte: ERC, Relatório de Regulação 2012, p. 636-639.

3.3. AUDIÊNCIAS TELEVISIVAS⁸

Os indicadores da GfK e da Marktest coincidem em apontar que os serviços de programas generalistas RTP1, SIC e TVI continuam a recolher a preferência dos espetadores. A TVI continua a ser o canal televisivo com o mais elevado *share* de audiência, seguida da SIC e da RTP1. Por outro lado, é evidente o crescimento das audiências de outros serviços de programas difundidos em diferentes plataformas. O *share* relativo a esta última categoria supera os 30 % (quase 40 %, de acordo com a GfK).

Numa análise longitudinal da evolução do *share* de audiência, com base nos dados da Marktest, é notório o crescimento da categoria “cabo/outros” (além dos canais de subscrição, compreende o vídeo,

⁷ Consultar, nesta edição do Relatório de Regulação, o capítulo respetivo.

⁸ As audiências de televisão em Portugal são medidas, atualmente, por duas entidades: a Marktest e a GfK (esta última selecionada para o efeito pela Comissão de Análise de Estudos de Meios, tendo iniciado a medição de audiências televisivas em março de 2012). Apresentam-se em paralelo os dados das duas entidades. Em termos metodológicos, a Marktest recorre ao processo de audimetria (este serviço é designado de Audipanel). No que respeita ao período analisado, as audiências foram estimadas a partir de uma amostra de 1000 lares, designada de Painel, divididos em duas subamostras (lares com e sem TV cabo). Através do Audipanel foram fornecidos dados de audiência para períodos horários e programas de televisão recebidos no território de Portugal continental via terrestre, satélite e cabo. Já a GfK mede as audiências a partir de uma amostra, ou «painel», de 1.100 lares. «Em cada um dos lares são identificadas todas as TVs elegíveis – fixas e utilizadas pelo menos uma vez por semana –, sendo-lhes instalado um aparelho (audímetro) onde é registado todo o visionamento da televisão e a utilização dos periféricos (DVD, VHS, consolas de jogos, computadores, etc.), caso existam. Na divisão onde a televisão está ligada, todos os elementos do lar assinalam a sua presença através das teclas identificativas dos membros desse lar, no comando do aparelho (audímetro). Ao longo do dia, a informação de audiência de todos os elementos do lar é armazenada para posterior envio dos dados para os servidores centrais. A informação, uma vez rececionada, é validada, ponderada e extrapola[da], de acordo com os respetivos universos».

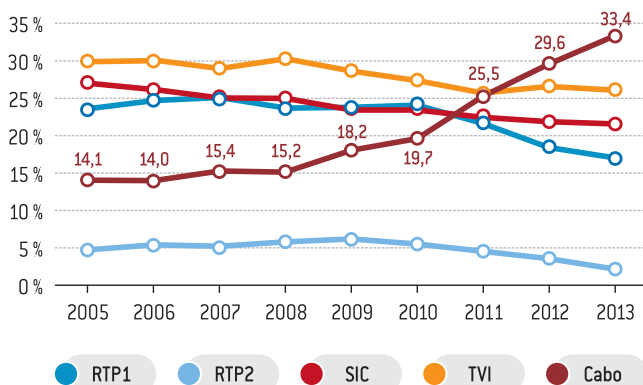
Fig. 6 – Tempo médio diário de visionamento televisivo (h:m:s) e share de audiência (%), em 2013*

Canais	Estimativa GfK		Estimativa Marktest	
	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)
RTP1	1:25:08	13,1	0:39:33	16,9
RTP2	0:33:09	2,4	0:05:00	2,1
SIC	1:52:36	21,1	0:50:33	21,5
TVI	2:09:55	24,6	1:01:04	26,0
Pay Tv / Outros Cabo / Outros	2:48:55	38,8	1:18:26	33,4
Total	5:45:40	100,0	3:54:36	100,0

* Tempo médio de visionamento: Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa.

Fonte: GfK; Marktest (Anuário de Média e Publicidade 2013).

Fig. 7 – Share de audiência dos canais generalistas e de «cabo/outros» – 2005 a 2013*



* Quota de audiência (share): O share de cada canal/programa/suporte é calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade.

videojogos e outros equipamentos periféricos), denotando-se igualmente uma quebra estrutural do share do serviço público de televisão.

Em horário nobre, i.e., no período entre as 20h00 e as 23h00, a SIC e a TVI reforçam o seu share de audiência.

Fig. 8 – Share de audiência total e em horário nobre (%), em 2013

Canais	Estimativa GfK		Estimativa Marktest	
	Share	Só horário nobre	Share	Só horário nobre
RTP1	13,1	10,8	16,9	17,7
RTP2	2,4	2,3	2,1	1,7
SIC	21,1	26,5	21,5	24,4
TVI	24,6	27,7	26,0	29,0
Pay Tv / Outros Cabo / Outros	38,8	32,7	33,4	27,2

Fonte: GfK; Marktest (Anuário de Média e Publicidade 2013).

Fig. 9 – Top 10 dos programas mais vistos nos canais free to air (2013)

Canal	Data	Descrição	Share (%)
RTP1	19 nov	A Seleção – Qualificação Mundial 2014: Play-Off: Suécia × Portugal	65,6
SIC	15 mai	Futebol – Liga Europa Final: Benfica × Chelsea	66,6
SIC	2 mai	Futebol – Liga Europa: Benfica × Fenerbahce	60,2
RTP1	15 mai	A Seleção – Qualificação Mundial 2014: Play-Off: Portugal × Suécia	58,6
SIC	15 mai	Liga Europa: A Grande Final: Entrega da Taça	51,9
RTP1	19 nov	Zona Mista: Pos-Match Suécia × Portugal	50,1
RTP1	7 jun	A Seleção – Qualificação Mundial 2014: Portugal × Rússia	53,6
TVI	29 dez	Futebol – Taça da Liga: Sporting × FC Porto	52,7
SIC	25 abr	Futebol – Liga Europa: Fenerbahce × Benfica	54,3
SIC	11 abr	Futebol – Liga Europa: Newcastle × Benfica	51,1

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Os programas mais vistos em 2013 referem-se a jogos de futebol ou a programas associados.

O Top 10 inclui exclusivamente competições futebolísticas transmitidas pela RTP1, SIC, TVI e programas relacionados com as mesmas. Entre os géneros televisivos com mais audiências incluem-se igualmente os programas informativos, as telenovelas e os reality shows.

O futebol é hegemónico nos 10 programas da RTP1 mais vistos em 2013, excetuando-se um único programa, a entrevista ao ex-Primeiro-Ministro José Sócrates, a 27 de março, antes de este iniciar um espaço regular de comentário político naquela estação.

Fig. 10 – Top 10 dos programas mais vistos na RTP1 (2013)

Data	Descrição	Share (%)	Rating (%)
19 nov	A Seleção – Qualificação Mundial 2014 – Play Off	63,8	35,0
19 nov	Zona Mista	45,8	25,0
7 jun	A Seleção – Qualificação Mundial 2014	49,6	24,2
26 mai	Futebol – Taça de Portugal Final	50,5	19,5
26 mai	Taça de Portugal: A Festa	41,3	17,4
6 set	A Seleção – Qualificação Mundial 2014: Flash interview	35,4	16,7
27 mar	José Sócrates, o Fim do Silêncio	30,9	16,7
6 fev	A Seleção – Jogo de Preparação	32,7	17,1
19 nov	Telejornal	35,1	13,8
7 jun	Edição Especial	27,4	13,4

Fonte: CAEM.

O desporto também se destacou entre os programas mais vistos na RTP2, ainda que se tratando de outras modalidades: hóquei em patins e ciclismo. Cinema, documentários, informação, conhecimento, religião completam o leque de preferências. Por exemplo, a procissão das velas realizada no Santuário de Fátima, a 12 de maio, foi o segundo programa mais visto do canal em 2013, a seguir ao jogo das meias-finais do campeonato do mundo de hóquei em patins, que decorreu em Luanda, a 27 de setembro, competição na qual a equipa portuguesa alcançou a terceira posição.

Fig. 11 – Top 10 dos programas mais vistos na RTP2 (2013)

Data	Descrição	Share (%)	Rating (%)
27 set	Hóquei em Patins: Campeonato do Mundo	7,4	3,4
12 mai	Procissão das Velas – Santuário de Fátima	6,9	3,4
20 jul	Ciclismo – Volta a França	11,5	3,2
31 mar	Hóquei em Patins – Taça das Nações	7,3	3,2
10 mar	DOCS	6,0	3,1
21 mar	5 Noites 5 Filmes	6,4	2,8
2 jun	Desporto 2:	8,8	2,6
28 jan	National Geographic	5,1	2,6
13 fev	Meteorologia	4,8	2,5
5 fev	24: Sumário	5,3	2,5

Fonte: CAEM.

Na SIC, além das competições desportivas, os espetadores premiam as telenovelas de produção brasileira (Gabriela, Dancin' Days, Amor à Vida) e nacional (Sol de Inverno), além de formatos de concurso/entretenimento (Vale Tudo, Factor X).

Fig. 12 – Top 10 dos programas mais vistos na SIC (2013)

Data	Descrição	Share (%)	Rating (%)
15 mai	Futebol – Liga Europa: Final	63,2	33,8
2 mai	Futebol – Liga Europa	58,8	29,1
15 mai	Liga Europa: A Grande Final	48,1	26,7
20 jan	Gabriela	41,1	22,4
2 mai	Liga Europa: Especial	40,6	20,5
16 set	Dancin' Days	40,9	19,3
16 set	Sol de Inverno	38,8	18,7
20 jan	Vale Tudo	34,8	18,4
5 set	Amor à Vida	37,8	17,9
20 out	Factor X	35,0	17,2

Fonte: CAEM.

Os dados de audiência da TVI demonstram que, além das competições futebolísticas, os *reality shows* correspondem aos programas de maior audiência. Quatro edições de Casa dos Segredos (“Desafio Final” e série 4) estão entre os 10 programas da TVI mais vistos em 2013. Neste conjunto, surge ainda uma edição do principal bloco informativo da estação, o Jornal das 8, mas não estão compreendidas telenovelas.

Fig. 13 – Top 10 dos programas mais vistos na TVI (2013)

Data	Descrição	Share (%)	Rating (%)
29 dez	Futebol – Taça da Liga	50,4	27,5
5 nov	Champions League	46,7	23,5
13 abri	Futebol – Taça da Liga (Final)	49,0	22,1
6 jan	Secret Story: Desafio Final – Gala	49,8	21,8
21 abr	Big Brother VIP	46,4	20,5
29 dez	Futebol – Taça da Liga: <i>Flash interview</i>	38,7	20,3
7 jan	Secret Story: Desafio Final – Diário	35,7	18,9
24 mar	Jornal das 8	36,8	18,4
29 set	Secret Story 4: Casa dos Segredos – Gala	40,4	18,0
31 dez	Secret Story 4: Casa dos Segredos – A Final	48,1	17,8

Fonte: CAEM.

Fig. 14 – Audiências dos serviços de programas de «cabo» por macrogéneros (2013)*

Categorias de serviços de programas	Tempo médio de visionamento (h:m:s)	Share (%)
Filmes e Séries	0:21:32	9,2
Informação	0:16:27	7,1
Infantil	0:14:07	6,1
Entretenimento / Lifestyle	0:08:25	3,6
Desporto	0:06:34	2,8
Documentário	0:04:14	1,8
Generalistas	0:03:58	1,7

* *Generalistas*: Globo; Porto Canal; RTP África; TV Record.

Desporto: Abola TV; BTV 1; BTV 2; Caça&Pescaria; EuroSport; EuroSport2; Sport TV; SportTV2; SportTV3; SportTVGolfe; Sport Life.

Documentário: Biography Channel, Discovery, Discovery Civilization, Discovery HD Showcase, Discovery Science, Discovery Turbo, História, National Geographic, National Geographic Wild e Odisseia.

Entretenimento/LifeStyle: 24Kitchen, E! Entertainment, Food Network, MVM, RTP Memória, SIC Caras, SIC Mulher, SIC Radical, TLC, TVI Ficção, +TVI.

Filmes e Séries: AXN, AXN Black, AXN White, Fox, Fox Crime, Fox Life, Fox Movies, FX, Hollywood, MGM, MOV, Syfy, TVCINE1, TVCINE2, TVCINE3, TVCINE4 e TV Series.

Infantil: Boomerang, Cartoon Network Portugal, Cartoon/TCM, Disney Junior, Disney Channel, Jim Jam, Nickleodeon, Panda, Panda Biggs e SIC K.

Informação: CMTV, EuroNews, RTP Informação, SIC Notícias e TVI24.

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

No “cabo”, os espetadores continuaram a preferir os canais dedicados a “filmes e séries”, seguindo-se os de “informação” e os “infantis”. Comparativamente, os serviços de programas de cabo “generalistas” e de “documentário” foram os que registaram menores níveis de audiências⁹.

O programa mais visto no “cabo” em 2013 consistiu numa edição especial da SIC Notícias em torno da declaração do Primeiro-Ministro ao país sobre o acórdão do Tribunal Constitucional relativo ao Orçamento do Estado, transmitida a 7 de abril, seguindo-se programação desportiva, intercalada pela discussão da situação política e económica do país. O top dos 10 programas mais vistos concentrou-se nos serviços de programas temáticos informativos SIC Notícias, TVI 24 e RTP Informação.

Fig. 15 – Top 10 dos programas mais vistos nos canais de «cabo» (2013)

Canal	Data	Descrição	Share (%)
SIC Notícias	7 abr	Edição Especial: Declaração Primeiro-Ministro ao País	30,4
TVI 24	17 set	Champions League: Resumo Terça	30,6
TVI 24	29 dez	Futebol – Taça da Liga: Estoril × Sp. Braga	24,0
TVI 24	9 jan	Futebol – Taça da Liga: FC Porto × V. Setúbal	34,1
TVI 24	29 dez	Futebol – Taça da Liga: Flash interview	23,4
SIC Notícias	11 abr	Especial Desporto: Liga Europa	24,0
SIC Notícias	11 mai	Especial Desporto: Fc Porto × Benfica: Rescaldo	19,8
SIC Notícias	2 fev	Especial Informação: Crise Política	29,9
RTP Informação	19 jun	Futebol – Taça das Confederações: Brasil × México	23,5
SIC Notícias	2 jul	Por Onde Vamos	22,4

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

3.3.1. Audiências por tipo de programas

Informativos

Nos pontos seguintes, analisam-se com mais detalhes as audiências dos canais *free to air*, por tipo de programas.

Fig. 16 – Tempo médio de visionamento, Share e Rating dos programas informativos (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:03:06	18,1	3,8
RTP2	0:00:17	2,3	0,2
SIC	0:04:46	24,7	6,4
TVI	0:04:47	26,1	5,7

Nota: O share que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».

Fonte: CAEM.

No que diz respeito à tipologia Informativos, a TVI liderou na quota de audiência e tempo médio de visionamento. No que se refere à audiência média, a SIC assumiu o destaque. Os tempos médios de visionamento na SIC e na TVI distam apenas um segundo. Os serviços de programas públicos concentram pouco mais de 20 % da quota de audiência.

⁹ A análise dos dados de audiência aqui apresentada é realizada para o âmbito do AUDICABO (lares com cabo), tendo sido considerados, na tipologia dos canais de cabo, aqueles que apresentaram, no período em análise, programação falada, dobrada ou legendada na língua portuguesa.

Ficção

Fig. 17 – Tempo médio de visionamento, *Share* e *Rating* dos programas de ficção (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:01:21	9,7	2,1
RTP2	0:00:37	2,4	0,8
SIC	0:03:32	24,4	6,0
TVI	0:02:36	24,0	4,7

Nota: O *share* que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».
Fonte: CAEM.

No que se refere aos programas de Ficção, nos quais se incluem as telenovelas, a SIC liderou nos três indicadores. No entanto, a TVI apresenta registos muito próximos da liderança. A RTP1 assume a terceira posição com valores distantes dos obtidos pelos serviços de programas privados. O *share* dos serviços privados generalistas é quase cinco vezes superior ao observado nos serviços de programas públicos.

Arte e Cultura

Fig. 18 – Tempo médio de visionamento, *Share* e *Rating* dos programas sobre arte e cultura (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:00:48	8,8	1,5
RTP2	0:00:14	1,8	0,5
SIC	0:01:16	19,8	3,2
TVI	0:02:16	20,0	3,2

Nota: O *share* que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».
Fonte: CAEM.

Relativamente à tipologia Arte e Cultura, a TVI liderou isoladamente no *share* e no tempo médio de visionamento. No indicador *rating* houve uma partilha de liderança entre a TVI e a SIC. A RTP1 assume a terceira posição nos três indicadores analisados. Apesar de ser uma tipologia com uma representação significativa de programas nos serviços públicos, constata-se que os programas dos serviços privados reúnem maior número de telespetadores.

Entretenimento

Fig. 19 – Tempo médio de visionamento, *Share* e *Rating* dos programas de entretenimento (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:03:38	13,1	3,1
RTP2	0:00:17	1,9	0,5
SIC	0:04:35	18,2	3,5
TVI	0:08:54	28,5	6,4

Nota: O *share* que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».
Fonte: CAEM.

No que diz respeito à tipologia Entretenimento, a TVI liderou destacadamente nos três indicadores. A razão mais plausível é a aposta em formatos de *reality show*. A SIC assumiu a segunda posição. A RTP1 posicionou-se em terceiro com valores próximos dos obtidos pelo serviço

de programas SIC. Uma breve comparação entre o serviço público e privado permite afirmar que, quanto a estes programas, os indicadores de audiência são mais próximos por existir na RTP1 uma escolha de programas de entretenimento, essencialmente, no horário nobre que pondera de forma mais vincada nos três indicadores estudados.

Desporto

Fig. 20 – Tempo médio de visionamento, *Share* e *Rating* dos programas de desporto (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:06:23	23,0	6,1
RTP2	0:01:38	3,0	0,8
SIC	0:09:59	34,6	10,1
TVI	0:16:34	38,4	15,5

Nota: O *share* que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».
Fonte: CAEM.

No que se refere à tipologia Desporto, a TVI liderou nos três indicadores. A razão mais evidente da liderança destacada no tempo médio de visionamento é a transmissão dos jogos da *Champions League*. Como visto acima, a maioria dos programas mais vistos em 2013 na RTP1 relaciona-se com jogos de futebol ou formatos a eles associados. Não obstante, em termos agregados, este serviço de programas assume a terceira posição quanto aos conteúdos de desporto, com valores distantes dos obtidos pelos serviços de programas privados. É relevante salientar a elevada concentração de quota de audiência nos serviços de programas generalistas, o que se deve, no essencial, ao elevado número de programas de debate desportivo. Apesar de o desporto também registar um peso significativo na programação da RTP2 – com destaque para o hóquei em patins e o ciclismo –, as mais baixas audiências genéricas deste serviço de programas refletem-se nas audiências destes programas específicos.

Juvenis

Fig. 21 – Tempo médio de visionamento, *Share* e *Rating* dos programas juvenis (2013)

Serviço de Programas	Tempo de visionamento (h:m:s)	Share (%)	Rating (%)
RTP1	0:00:09	5,41	0,17
RTP2	0:01:54	3,57	0,62
SIC	0:00:40	13,38	0,82
TVI	0:00:28	11,15	0,60

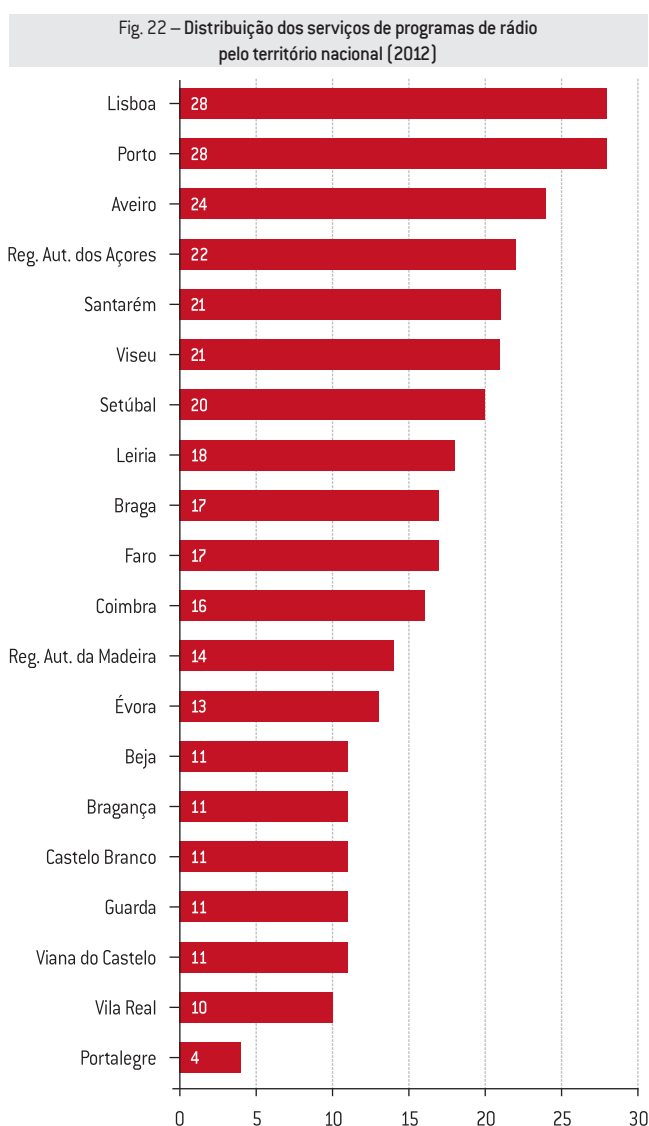
Nota: O *share* que remanesce é relativo a serviços de programas televisivos do «cabo».
Fonte: CAEM.

No que diz respeito à tipologia Juvenis, a SIC liderou na quota de audiência e na audiência média, enquanto a RTP2 assumiu a primeira posição no tempo médio de visionamento. A TVI posiciona-se na terceira posição nos três indicadores analisados. A liderança da RTP2 no tempo médio de visionamento pode ser justificada pelo facto de a RTP2 ter um amplo espaço televisivo dedicado a programas juvenis, nomeadamente, o “*Zig Zag*”. O destaque da SIC no *share* e *rating* está associado a programas juvenis muito bem-sucedidos, tais como “*Disney Kids*” e “*Dragões: O esquadrão de Berk*”.

4. RÁDIO

4.1. PAISAGEM RADIOFÓNICA

A paisagem radiofónica nacional compreende três operadores de cobertura nacional, três de âmbito regional e 312 de âmbito local. No total, em finais de 2012, encontravam-se ativos 328 serviços de programas locais, cinco regionais (TSF, M80, Antena 1 Açores, Antena 1 Madeira, Antena 3 Madeira) e seis nacionais (RFM, Rádio Renascença, Rádio Comercial, Antena 1, Antena 2 e Antena 3).



Fonte: ERC.

Quanto à tipologia, a maior parte dos serviços de programas são generalistas, tendo sido identificados, em 2012, 40 serviços de programas temáticos (32 musicais, cinco informativos, dois dirigidos a um segmento específico do público e um universitário)¹⁰.

4.2. AUDIÊNCIAS DE RÁDIO

De acordo com o Bareme Rádio da Marktest, em 2013, o tempo médio de escuta diária de rádio fixou-se em 3 horas e 13 minutos, um indicador que não tem registado flutuações nos últimos anos. No conjunto dos serviços de radiodifusão contemplados na análise da Marktest, os grupos detentores das rádios mais ouvidas foram, por esta ordem, Media Capital (2 horas e 40 minutos), Renascença (2 horas e 38 minutos), RDP (2 horas e 23 minutos) e TSF (1 hora e 53 minutos).

Fig. 23 – Tempo médio diário de audiência de rádio – 2006 a 2013*

Grupos/Estações	h:m:s							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Grupo Renascença	02:53	02:59	02:56	02:57	02:52	02:51	02:50	02:38
RFM	03:06	03:01	03:02	02:59	02:52	02:54	02:50	02:38
R. Renascença	02:31	02:48	02:39	02:42	02:38	02:36	02:37	02:27
Mega FM	02:13	02:29	02:10	02:14	02:16	02:15	02:14	01:52
Rádio Sim	–	–	–	03:09	03:13	03:09	03:22	03:17
Grupo Media Capital	02:44	02:42	02:36	02:41	02:43	02:43	02:38	02:40
Rádio Comercial	02:50	02:48	02:37	02:37	02:27	02:36	02:36	02:39
Cidade FM	02:21	02:21	02:13	02:15	02:13	02:09	01:55	01:49
M80	–	02:54	02:38	02:55	03:11	02:47	02:33	02:32
Smooth FM	–	–	–	–	–	–	02:17	02:00
Grupo RDP	02:36	02:35	02:29	02:21	02:28	02:23	02:23	02:26
Antena 1	02:32	02:27	02:21	02:13	02:15	02:14	02:11	02:17
Antena 2	02:19	02:16	02:17	02:20	02:08	02:05	02:36	02:19
Antena 3	02:35	02:41	02:31	02:22	02:31	02:24	02:08	02:42
TSF	02:09	02:04	02:07	02:00	01:56	01:58	01:54	01:53
Total Rádio	03:13	03:12	03:11	03:18	03:15	03:15	03:13	03:13

* Tempo médio de audiência: expresso em horas e minutos, consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia.

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

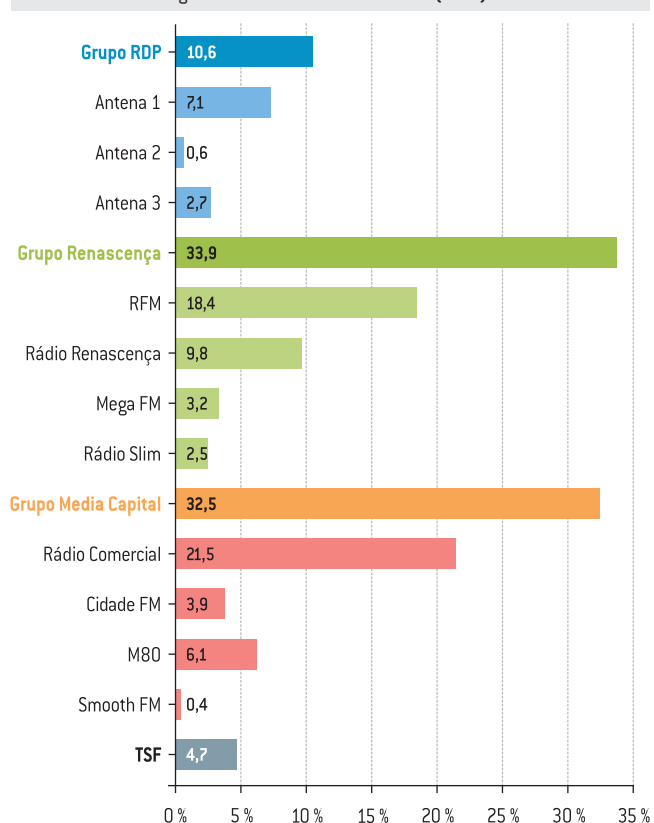
O Grupo RDP obteve, em 2013, 10,6 % do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest, o que significa um aumento de 1,6 p.p. face a 2012. A Antena 1 registou um crescimento de 1,9 p.p., para os 7,1 %, enquanto decresceu ligeiramente a quota de audiência da Antena 3 (-0,4 p.p.), para os 2,7 %. A Antena 2 ganhou 0,1 p.p. neste indicador, mantendo-se a antena do serviço público de rádio com menor audiência (0,6 %).

Correlativamente, o Grupo Renascença conservou, em 2013, o *share* de audiência mais elevado (33,9 %), mas traduzindo uma descida de 3,3 p.p. face a 2012. Desta quota de audiência, 18,4 % foram relativos à RFM.

O Grupo Media Capital obteve um *share* de 32,5 %, uma subida de 1,5 p.p. em relação ao ano anterior, sendo 21,5 % correspondentes à Rádio Comercial.

A TSF apresentou uma quota de audiência de 4,7 %, mais 0,6 p.p. do que em 2012.

Fig. 24 – Share de audiência da rádio (2013)*



* Audiência média: Audiência ponderada, pelo tempo de audição, do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação num determinado período horário.

Fonte: Marktest – Anuário de Media e Publicidade 2013.

A rádio tem um pico de audiência no horário entre as 06h00 e as 10h00 e, mais tarde, entre as 17h00 e as 20h00. A partir desta hora, segundo a medição da Marktest, diminui significativamente a escuta de rádio.

5. IMPRENSA

No final de 2012, encontravam-se ativas nos registos da ERC 2.465 publicações, das quais 28,5 % de periodicidade mensal, 11,2 % semanárias, 7,2 % quinzenárias ou bimensais e 5,6 % diárias. Da totalidade das publicações ativas, 26,5 % (654) correspondiam a jornais, entre os quais 56 diários, 197 semanários, 128 quinzenários e 188 mensários¹¹.

Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), os valores agregados da circulação total da imprensa confirmam uma descida deste indicador a partir de 2008. Após atingir picos em 2007 e 2008, a circulação total decresceu, nos anos seguintes, situando-se, em 2012, perto dos 400 milhões, uma descida muito significativa de

quase 200 milhões de exemplares em comparação com 2011. É relevante analisar ainda a evolução da circulação paga e de distribuição gratuita. Assim, os exemplares distribuídos gratuitamente representavam, em 2004, 31,6 % da circulação total, crescendo em importância nos anos seguintes, até atingir um ponto máximo em 2008 (53,3 %). A partir deste ano, o seu peso voltou a situar-se abaixo dos 50 %, tendo reencontrado, em 2012, os níveis de 2004 (30 %).

Fig. 25 – Publicações por modalidade de distribuição – 2004 a 2012

Ano	Circulação total		Exemplares vendidos		Exemplares distribuídos gratuitamente	
	N	%	N	%	N	%
2004	652 805 583	100,0	446 603 358	68,4	206 202 225	31,6
2005	666 617 106	100,0	408 560 136	61,3	258 056 970	38,7
2006	733 534 300	100,0	399 709 326	54,5	333 824 974	45,5
2007	795 998 484	100,0	398 194 359	50,0	397 804 125	50,0
2008	800 520 164	100,0	373 975 313	46,7	426 544 851	53,3
2009	681 761 965	100,0	352 078 199	51,6	329 683 766	48,4
2010	656 742 144	100,0	336 833 874	51,3	319 908 270	48,7
2011	588 851 182	100,0	315 138 672	53,5	273 712 510	46,5
2012	395 213 546	100,0	276 502 783	70,0	118 710 763	30,0

Fonte: INE – Inquérito às Publicações Periódicas / PORDATA.

Observando de forma mais detalhada a circulação por segmentos, tendo como fonte de referência a APCT, verifica-se que, em 2013, se agudizou a curva descendente da circulação das publicações em papel, tanto no segmento das publicações generalistas como no das especializadas.

No ano passado, entre as publicações nacionais de informação geral, o *Correio da Manhã* manteve a liderança entre os jornais diários, o *Expresso* entre os semanários e a *Visão* entre as *newsmagazines*¹².

O segmento dos diários nacionais de informação geral continuou a ser liderado, em 2013, pelo *Correio da Manhã*, com uma circulação impressa de pouco mais de 118 mil exemplares, traduzindo uma descida de 4,5 %. O *Jornal de Notícias* secundou o *Correio da Manhã* em termos de circulação impressa, com valores um pouco acima dos 66 mil exemplares, o que representa uma descida de 11,1 %. Assinala-se, no período em análise, os recuos da circulação impressa do *i* (perda de 11,5 %) e do *Público* (quebra de 14 %). A tendência de descida afetou também o *Diário de Notícias*, cuja circulação impressa recuou 27,1 %, dos 29 mil para 21 mil exemplares por edição.

No segmento dos jornais não-diários de informação geral, o *Expresso* continuou a ser o semanário português com maior circulação impressa (87 mil exemplares, uma quebra de 5 % em relação ao ano anterior), mantendo o *Sol* a grande distância, já que este título apresentou uma circulação impressa de 25 mil exemplares (decréscimo de 14 %).

¹¹ Em complemento da informação apresentada neste ponto sobre o setor da imprensa, deverá também ser consultado o capítulo relativo ao Registo dos Meios e Órgãos de Comunicação Social no presente Relatório de Regulação.

¹² Para informação mais detalhada sobre a circulação impressa, consultar o anexo ao presente capítulo.

Fig. 26 – Quadro-síntese da circulação impressa das publicações líderes por segmento (2013)*

Publicação	Editor	Segmento	2012	2013	13/12 (%)
			(unidades)		
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, S.A.	Diário Nacional de Informação Geral	123 951	118 368	-4,5
Expresso	Impresa Publishing, S.A.	Semanário Nacional de Informação Geral	87 391	87 391	-5,0
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	Newsmagazine	88 935	83 197	-6,5
Seleções do Reader's Digest	Global Family Edition, S.A.	Revista de Informação Geral (mensal)	52 235	41 869	-19,8
Jornal Destak	Metro News Publicações, Lda.	Jornal Gratuito	71 635	69 674	-2,7
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda.	Jornal de Economia, Negócios e Gestão (diário pago)	14 621	10 577	-23,1
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, S.A.	Jornal de Economia, Negócios e Gestão (semanário pago)	9 766	8 192	-16,1
Exame	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	Revista de Economia, Negócios e Gestão	17 586	16 490	-6,2
Record [A Bola não é auditada pela APCT]	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, S.A.	Jornal Desportivo	56 932	51 389	-8,3
Maria	Impala – Editores, S.A.	Revista Feminina / Moda (semanal)	190 826	176 197	-7,7
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda.	Revista Feminina / Moda (mensal)	106 555	95 267	-10,6
Men's Health	Motorpress Rodale, S.A.	Revista Masculina	24 791	24 157	-2,6
Nova Gente	Impala – Editores, S.A.	Revista de Sociedade	112 753	98 973	-12,2
TV 7 Dias	Impala – Editores	Revista de Televisão	155 656	141 272	-9,2
National Geographic Portugal	RBA – Revistas Portugal, Lda.	Revista de Ambiente / Divulgação Científica	35 752	29 813	-16,6
Empire	Goody, S.A.	Publicação de Cultura / Espectáculo	11 667	11 000	-5,7
Visão Júnior	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	Publicação Juvenil	18 278	17 234	-5,7

* Circulação: compreende o número de exemplares vendidos em banca e por assinatura e as ofertas. Não inclui as assinaturas e vendas digitais, que a APCT passou a analisar separadamente nos seus relatórios a partir de 2013. Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

No universo das **revistas semanais de informação geral**, a *Visão* conservou a liderança em termos de circulação impressa, na ordem dos 83 mil exemplares (recoo de 6,5%), mantendo atrás de si a *Sábado*, que registou uma circulação impressa de 61 mil exemplares – uma descida de 7,9% face a 2012.

23,1% e o *OJE* 4%, o *Jornal de Negócios* aumentou a circulação em 8,8%. Entre os semanários, o jornal *Vida Económica* decresceu em termos de circulação impressa 16,1% e o *Meios & Publicidade* 36,1%. As revistas do segmento *Exame*, *Executive Digest* e *Marketeer* registaram decréscimos de, respetivamente, 6,2%, 0,7% e 2,9%.

Fig. 27 – Circulação impressa dos títulos nacionais de informação geral, jornais diários e semanários e newsmagazines – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 (%)
		(unidades)		
Jornais Diários				
Correio da Manhã	Presselivre – Imprensa Livre, S.A.	123 951	118 368	-4,5
Diário de Notícias	Global Notícias – Publicações, S.A.	29 323	21 377	-27,1
i	Sojormedia Capital, S.A.	6 044	5 350	-11,5
Jornal de Notícias	Global Notícias – Publicações, S.A.	74 526	66 259	-11,1
Público	Público – Comunicação Social, S.A.	28 299	24 333	-14,0
Jornais Semanários				
Expresso	Impresa Publishing, S.A.	92 021	87 391	-5,0
Sol	O Sol É Essencial, S.A.	29 853	25 460	-14,7
Newsmagazines				
Visão	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	88 935	83 197	-6,5
Sábado	Presselivre – Imprensa Livre, S.A.	66 456	61 203	-7,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Observando as **revistas mensais de informação geral**, as duas publicações aqui consideradas registaram descidas de circulação impressa, ainda que ligeira do caso na revista *Courrier Internacional* e mais pronunciada nas *Seleções do Reader's Digest* (descida de 19,8%).

No segmento dos **diários gratuitos**, o *Destak* e o *Metro Portugal* sofreram quebras de circulação impressa menos dramáticas do que no ano anterior, na ordem dos 3%, fixando-se um pouco abaixo dos 70 mil exemplares por edição.

Os **jornais diários especializados em economia, negócios e gestão** registaram uma tendência ambivalente. O *Diário Económico* recoou

Em 2013, o *Record* manteve, entre os **jornais diários desportivos** auditados pela APCT, a liderança em termos de circulação impressa (pouco mais de 51 mil exemplares por edição, o que representa uma descida de 8,3%). O *Jogo* registou, no mesmo período, uma circulação impressa de aproximadamente 23 mil exemplares, o que significa uma quebra de 4,5%.

O segmento de **revistas femininas e moda** continuou, de uma forma geral, a ser afetado por um decréscimo de circulação. A *Maria* permaneceu a líder, com uma circulação impressa de 176 mil exemplares por edição (quebra de 7,7%). A revista feminina *Happy Woman* continuou, por seu turno, a liderar a circulação impressa das revistas mensais, ainda que sofrendo uma descida de 11%.

Entre as **publicações masculinas** auditadas pela APCT, a *Men's Health*, líder do segmento, diminuiu em 2,6% a sua circulação impressa. A *Maxim*, por seu turno, aumentou este indicador em 54,6%, para os 17 518 exemplares por edição.

O segmento de **publicações de sociedade** acompanhou a tendência negativa geral quanto à circulação impressa, sendo a mais significativa a da *VIP*, de 21,9%. A *Nova Gente*, líder do segmento, também sofreu um recoo de 12,2%, com uma circulação impressa a rondar os 99 mil exemplares por edição.

As **revistas de televisão** viveram, genericamente, descidas da circulação impressa em 2013. A *TV 7 Dias* continua a liderar, com uma circulação de cerca de 141 mil exemplares (diminuição de 9,2%).

A única publicação do segmento de **ambiente/ divulgação científica** auditada pela APCT, a *National Geographic Portugal*, registou, em 2013, uma circulação impressa por edição de cerca de 30 mil exemplares, o que representou uma quebra de 16,6 % em relação ao ano anterior.

As **publicações de cultura e espectáculo** aqui consideradas denotaram, antes de mais, níveis de circulação impressa moderados. O segmento continuou a revelar uma tendência de descida em 2013, com todos os títulos (*Blitz, Empire, Jornal de Letras, Artes e Ideias, Revista Ler, Time Out Lisboa e Time Out Porto*) a registarem quebras de circulação.

Quanto às **publicações juvenis**, a *Visão Júnior*, a única atualmente auditada pela APCT, sofreu quebras em 2013 de 5,7 % na circulação impressa.

Entre os **diários de âmbito regional** auditados pela APCT, a circulação impressa não é normalmente elevada, destacando-se, quanto a este indicador, o *Diário de Notícias da Madeira* (10 mil exemplares). Este segmento sofreu perdas de circulação impressa, mais pronunciadas no *Diário As Beiras* (quebra de 12,3 %).

Fig. 28 – Circulação de publicações regionais diárias – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		[unidades]		
Açoriano Oriental	Açormedia, S.A.	3 203	3 160	-1,3
Diário As Beiras	Sojormédia Beiras, S.A.	5 310	5 964	-12,3
Diário de Aveiro	Diário de Aveiro, Lda.	3 496	3 636	-4,0
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda.	8 688	7 964	-8,3
Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira Lda.	10 737	10 110	-5,8
Diário do Sul	Piçarra & Companhia, Lda.	5 408	5 061	-6,4

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Entre os **jornais regionais de periodicidade não-diária** auditados pela APCT, *Jornal do Fundão* (11 mil) e *Reconquista* (10.459) foram os semanários que registaram os mais elevados níveis de circulação

Fig. 29 – Circulação de publicações regionais não-diárias auditadas pela APCT – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		[unidades]		
Semanários				
A Voz de Trás-os-Montes	Edireal – Edição de Jornais, Lda.	4 532	4 299	-5,1
Açores Magazine	Açormedia, S.A.	3 670	3 549	-3,3
Jornal da Bairrada	Editorial Jornal da Bairrada, Lda.	7 403	7 044	-4,8
Jornal do Fundão	Jornal do Fundão Editora, S.A.	11 397	10 814	-5,1
Jornal Soberania do Povo	Soberania do Povo Editora, S.A.	5 245	5 010	-4,5
Reconquista	Fábrica Igreja S. Miguel da Sé	10 840	10 459	-3,5
Região de Leiria	Empresa Jornalística Região de Leiria, Lda.	8 109	7 909	-2,5
Mensário				
Repórter do Marão	Tãmegapress – Comunicação e Multimédia, Lda.	19 437	18 714	-3,7

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

impressa em 2013, ainda que com quebras. A circulação do mensário *Repórter do Marão* ascendeu a quase 19 mil exemplares, uma descida de 3,7 % face a 2012.

Não obstante esta quebra generalizada da circulação total – a qual, aliás, tem sido estrutural nos últimos anos –, regista-se o aumento das assinaturas digitais. A tabela em baixo mostra alguns exemplos do crescimento de subscrições de edições digitais, revelando diferentes ordens de crescimento e aposta dos editores neste domínio.

Fig. 30 – Comparação entre a circulação impressa e a circulação digital de publicações nacionais de informação geral auditadas pela APCT (2013)

Ano	Circulação impressa total (N)	2013/2012 (%)	Circulação digital total (N)	2013/2012 (%)
Correio da Manhã	118 368	-4,5	114	133,0
Diário de Notícias	21 377	-27,1	531	97,0
i	5 350	-11,5	0	-100,0
Jornal de Notícias	66 259	-11,1	1 242	582,0
Público	24 333	-14,0	5 567	45,0
Expresso	87 391	-5,0	8 124	33,0
Sol	25 460	-14,7	55	-17,0
Sábado	61 203	-7,9	1 083	2,0
Visão	83 197	-6,5	2 708	6,0

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

6. INTERNET

O Instituto Nacional de Estatística estima que, em 2013, cerca de 67 % dos agregados domésticos possuíam computador e 62 % ligação à internet. A quase totalidade dos agregados domésticos com acesso à internet tem banda larga.

Lisboa é a região que apresenta as taxas mais significativas de posse de computadores, ligação à internet e acesso a este meio por banda larga, seguindo-se a Região Autónoma dos Açores. Estas regiões apresentam valores acima da média nacional naqueles três indicadores. Alentejo continuou, em 2013, a registar os mais baixos valores na utilização de tecnologias de informação e de comunicação.

Fig. 31 – Posse de computador, ligação à internet e banda larga nos agregados domésticos por regiões (2013)

Regiões	%		
	Computador	Internet	Banda Larga
Lisboa	74,8	71,9	71,5
RAA	67,3	64,1	63,5
Portugal	66,1	61,0	59,7
Alentejo	54,6	48,8	47,2
Algarve	64,4	60,7	59,9
Centro	61,1	55,2	54,2
Norte	64,6	58,0	55,7
RAM	64,2	60,5	60,0

Fonte: INE – Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2012.

Segundo o ICP-ANACOM, no final de 2013, a taxa de penetração da Internet em banda larga situava-se em 24,4 por 100 habitantes quanto aos acessos fixos, e em 37,2 por 100 habitantes, no caso dos acessos móveis com utilização efetiva.

Fig. 32 – Taxa de penetração do serviço de acesso à internet em banda larga – 4T 2013

Modalidade de acesso	Acessos por 100 habitantes
Acessos do serviço de acesso à Internet em banda larga fixa	24,4
ADSL	10,5
Cabo	9,3
Fibra ótica	4,4
Outros tipos de acesso	0,3
Clientes do serviço de acesso à Internet em banda larga móvel com utilização efetiva	37,2

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2013.

No final de 2013, existiam em Portugal cerca de 2,6 milhões de acessos físicos à Internet em local fixo e cerca de 3,9 milhões de utilizadores com utilização efetiva de internet em banda larga móvel. A ANACOM estima que 90,1 % dos clientes do serviço de acesso à internet em banda larga fixa adquiriram o serviço no âmbito de um pacote de serviços. A maioria dos clientes do serviço fixo utiliza essencialmente a tecnologia ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*¹³) – 42,8 % do total –, seguindo-se o cabo (37,9 %). O acesso sobre fibra ótica (FTTH/B) adquiriu proeminência, com crescimentos significativos desde 2009 e representando uma fatia de acessos de 17,9 %. A ANACOM calcula que os acessos em fibra ótica continuem a ser privilegiados pelos novos clientes.

O crescimento do acesso à internet em banda larga móvel resulta sobretudo do uso do telemóvel, serviço com uma penetração de 159,8 por 100 habitantes no final de 2013. O número de utilizadores de internet móvel com ligação através de placa/modem tem vindo a diminuir, ao mesmo tempo que cresce a penetração de *smartphones* (equipamentos que, de acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Marktest, atingiu uma penetração de 40,4 % no final de 2013).

A PT Comunicações concentra 50,5 % da quota de acesso de banda larga, em acesso fixo, seguindo-se o Grupo ZON Optimus (atual NOS), com 36,2 %.

Fig. 33 – Quotas de acesso à internet em banda larga fixa – 4T 2013

Prestador	%
PT Comunicações	50,5
Grupo ZON Optimus	36,2
Cabovisão	6,1
Vodafone	6,5
Onitecom	0,3
Outros prestadores	0,4

Fonte: ANACOM – Informação Estatística do Serviço de Acesso à Internet, 4.º Trimestre de 2013.

No final de 2013, antes da integração da marca na Meo, a TMN detinha 45,4 % dos clientes ativos de banda larga móvel, seguindo-se a Vodafone e o Grupo ZON Optimus. No que se refere ao acesso ao serviço através de placas/modem, o Grupo ZON Optimus detinha, no mesmo período, uma quota de clientes de 36,3 %, a TMN 34,9 % e a Vodafone 28,8 %.

7. SÍNTESE

Apresenta-se neste capítulo uma caracterização geral da oferta e dos padrões de consumo dos meios de comunicação. A análise é realizada a partir do cruzamento e da sistematização de dados provenientes de diferentes fontes de informação – ANACOM, APCT, INE, Marktest, GfK, CAEM, PORDATA. Pretende-se, desta forma, identificar as tendências evolutivas mais salientes ao nível dos consumos de *media*.

a) Televisão por subscrição

A televisão por subscrição alcançou, em 2013, 3,1 milhões de clientes, mais 49 mil do que no ano anterior. A diversificação de plataformas de acesso continua a contribuir para esse crescimento, sendo evidente o impacto positivo suscitado pelo incremento de novas plataformas – e, em particular, a fibra ótica (FTTH) e a rede telefónica (xDSL/IP), que ultrapassou o satélite como segunda tecnologia mais contratada. Estas plataformas de distribuição representaram mais de um milhão de assinantes dos serviços televisivos por subscrição em 2013.

O cabo mantém-se como a plataforma de acesso preferencial, ainda que com recuo do número de assinantes.

b) Serviços de programas generalistas

A RTP1, a SIC e a TVI continuam a recolher a preferência dos espetadores, tanto no acesso livre (hertziano), como na televisão por subscrição. De acordo com os dados de audiências da Marktest e da GfK, a opção por estes canais generalistas portugueses continua a ser privilegiada, sendo que os hábitos de visionamento coabitam com a diversificação da oferta de plataformas de distribuição.

No entanto, não poderá deixar de se enfatizar o aumento da quota de audiência do “cabo/outros” ou “pay TV/outros”, representando já mais de um terço do *share* de audiências televisivas.

Entre os generalistas, a TVI continua a ser o canal televisivo com *shares* de audiência mais elevados, seguindo-se a SIC e a RTP1. A RTP2 regista o *share* de audiência mais baixo entre estes quatro generalistas.

Segundo a Marktest, o tempo médio de visionamento diário de televisão fixou-se em aproximadamente 4 horas. Já de acordo com a GfK, os espetadores dedicaram 5 horas e 45 minutos ao visionamento televisivo.

Dos dez programas mais vistos nos canais generalistas em 2013, todos referiram-se a competições de futebol transmitidas pela SIC, TVI e RTP1 ou programas associados.

13 ADSL: *Asymmetric Digital Subscriber Line* - Tecnologia de transmissão assimétrica mais vulgarizada da família xDSL. Uma ligação ADSL proporciona um canal *downstream* de alto débito (1,5 a 9 Mbits/s), um canal *upstream* de débito inferior (16 a 640Kbits/s), para além do serviço telefónico normal na gama de baixas frequências (in www.anacom.pt).

c) Audiências “cabo/outros”

No respeitante às audiências de serviços de programas por “cabo/outros”, assiste-se a um aumento do tempo de visionamento nos últimos anos, bem como do *share* dos serviços de programas por “cabo”.

Os serviços de programas de *filmes e séries* são os preferidos das audiências de “cabo/outros”, seguindo-se os de *informação* e os *infantis*.

d) Rádio

O tempo médio de escuta de rádio, de acordo com o Bareme Rádio da Marktest, manteve-se estável nos últimos anos. Em 2013, o tempo médio de escuta situou-se nas 03h13, o mesmo tempo em comparação com o ano precedente.

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

As rádios do serviço público (RDP) obtiveram 10,6 % do *share* de audiência no conjunto das rádios analisadas pela Marktest em 2013, mais 1,6 p.p. face a 2012.

As rádios do Grupo Renascença representaram um *share* de audiência de 33,9 %; as do Grupo Media Capital, 32,5 %; e a TSF, 4,7 %. A Rádio Comercial, do Grupo Media Capital, e a RFM, do Grupo Renascença, foram as duas rádios mais ouvidas em 2013.

e) Imprensa

Segundo o INE, verifica-se desde 2008 uma descida da circulação total da imprensa, que afeta tanto as publicações vendidas como as distribuídas gratuitamente.

Em 2013, de acordo com os dados da APCT, continuou a registar-se uma curva descendente no setor da imprensa em termos de circulação, que afetou publicações generalistas e segmentos especializados. Nas publicações nacionais de informação geral, o *Correio da Manhã* mantém-se como o diário de maior circulação, o *Expresso* e a *Visão* como líderes entre os semanários. Por outro lado, manteve-se a tendência de diminuição da circulação de jornais gratuitos.

No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicados a economia, negócios e gestão, apenas o *Jornal de Negócios* apresentou um aumento de circulação. Ambos os jornais desportivos auditados pela APCT sofreram quebras neste indicador. A tendência genérica de quebra foi ainda observada nos segmentos das revistas femininas e masculinas, das de sociedade e de televisão.

Não obstante esta quebra generalizada da circulação impressa, regista-se o aumento das assinaturas digitais, valores que revelam diferentes ordens de crescimento e aposta dos editores no *online* e nos novos dispositivos.

f) Internet

O INE estima que, em 2013, se assistiu a um aumento do número de agregados que dispõem de computador (67 %) e de acesso à internet (62 %). A quase totalidade dos agregados domésticos com acesso à internet tem banda larga.

A ANACOM calcula que, no final de 2013, a taxa de penetração da internet em banda larga se situava em 24,4 por cem habitantes, no caso dos acessos fixos, e em 37,2 por 100 habitantes no caso dos acessos móveis. No mesmo período, existiam em Portugal cerca de 2,6 milhões de acessos físicos à internet em local fixo e cerca de 3,9 milhões de utilizadores com utilização efetiva de internet em banda larga móvel.

SÍNTESE CONCLUSIVA

O capítulo relativo à oferta e consumos de *media* tem como objetivo caracterizar a estrutura de mercado, os padrões de consumo mediáticos e as audiências dos diferentes meios de comunicação social. Sistematizam-se as principais evoluções e tendências registadas.

TELEVISÃO

Os valores de adesão a serviços de televisão por subscrição indicam que, em 2013, continuou a crescer o número e assinantes, por um lado, e se consolidaram alternativas ao cabo e ao satélite, por outro. A taxa de penetração do serviço de televisão por subscrição atingiu, no final do ano, os 53,7 assinantes por cada cem alojamentos. O número de assinantes do serviço fixou-se nos 3,1 milhões (acréscimo de 49 mil), sobretudo mercê da expansão da fibra ótica (FTTH), que representa 15 % do total de subscritores. O cabo representa pouco mais de 44 % deste mercado. A principal forma de comercialização da televisão por assinatura são as ofertas em “pacote”.

Em 2013, segundo a Marktest, alcançou-se um tempo médio de visionamento televisivo diário de perto de 4 horas. De acordo com a GfK, este indicador ascendeu a 5 horas e 45 minutos. Os serviços de programas generalistas RTP1, SIC e TVI continuaram a recolher a preferência dos espetadores, ainda que seja notório o aumento do tempo de visionamento de outros canais. Com efeito, enfatiza-se o aumento da audiência da categoria “cabo/outros” (Marktest) ou “pay TV/outros” (GfK), que representa cerca de um terço do *share* de audiência televisiva. Entre os generalistas, a TVI lidera quanto ao

share de audiência, sendo secundada pela SIC e pela RTP1. Os 10 programas mais vistos nos canais generalistas em 2013 referiram-se a competições de futebol transmitidas pela SIC, TVI e RTP1. Entre os canais de “cabo”, os espetadores continuaram a preferir os da categoria “filmes e séries”, seguindo-se os de “informação” e os “infantis”.

RÁDIO

O tempo consagrado à rádio em 2013 fixou-se em 3 horas e 13 minutos diárias. Entre as antenas analisadas pela Marktest, os grupos detentores das rádios mais escutadas foram, por esta ordem, Media Capital, Renascença, RDP e TSF. A Rádio Comercial e a RFM foram as duas estações mais ouvidas.

No conjunto das rádios analisadas pela Marktest, as rádios do serviço público (RDP) obtiveram 10,6 % em termos de share de audiência, uma subida de 2,6 p.p. face ao ano anterior. As rádios do Grupo Renascença representaram um share de audiência de 33,9 % (menos 3,3 p.p.) e as do Grupo Media Capital de 32,5 % (mais 1,5 p.p.); A TSF fixou-se nos 4,7 % (subida de 0,6 p.p.).

IMPrensa E INTERNET

O INE e a APCT convergem na descida da circulação total da imprensa, que afeta tanto as publicações vendidas como as distribuídas gratuitamente. De acordo com a APCT, a curva descendente da circulação

afetou tanto o segmento das publicações generalistas como o das especializadas. Nas publicações nacionais de informação geral, o *Correio da Manhã* mantém-se o diário de maior circulação, o *Expresso* e a *Visão* os líderes entre os semanários. A circulação de jornais gratuitos continuou a descer. No segmento da imprensa especializada, entre os jornais diários dedicadas a economia, negócios e gestão, apenas o *Jornal de Negócios* apresentou um aumento de circulação. Ambos os jornais desportivos auditados pela APCT, o *Record* e *O Jogo*, sofreram quebras neste indicador. A tendência genérica de quebra foi ainda observada nos segmentos das revistas femininas e masculinas, das de sociedade e de televisão.

Entre os diários de âmbito regional auditados pela APCT, a circulação é normalmente modesta, destacando-se, quanto a este indicador, o *Diário de Notícias da Madeira* (10,1 mil exemplares). No conjunto dos jornais regionais de periodicidade não-diária auditados, os semanários *Jornal do Fundão* (10,8 mil) e *Reconquista* (10,5 mil) registaram os mais elevados níveis de circulação.

Em contrapartida, registou-se um aumento das assinaturas digitais, valores que revelam diferentes ordens de crescimento e aposta dos editores neste domínio.

O número de clientes do serviço fixo de acesso à internet ascendeu a 2,6 milhões em 2013, ano em que continuou a consolidar-se a generalização do serviço de acesso à internet em banda larga móvel (3,9 milhões de utilizadores).

ANEXO AO CAPÍTULO

INFORMAÇÃO DETALHADA SOBRE A CIRCULAÇÃO DE IMPRENSA POR SEGMENTOS

Fig. 1 – Circulação impressa de revistas nacionais de informação geral, mensais – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 (%)
		(unidades)		
Courrier Internacional	Impresa Publishing, S.A.	16 595	16 575	-0,1
Seleções do Reader's Digest	Global Family Editions, S.A.	52 235	41 869	-19,8

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 2 – Circulação impressa dos jornais gratuitos de informação geral, diários – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 (%)
		(unidades)		
Jornal Destak	Metro News Publicações, Lda.	71 635	69 674	-2,7
Metro Portugal	Transjornal – Edição de Publicações, S.A.	70 617	68 534	-2,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 3 – Circulação impressa das publicações de economia, negócios e gestão, diárias e não-diárias – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 (%)
		(unidades)		
Diários				
Diário Económico	S.T. & S.F. – Sociedade de Publicações, Lda.	13 754	10 577	-23,1
OJE	Megaфин – Sociedade Editora, S.A.	17 966	17 207	-4,2
Jornal de Negócios	Edisport – Sociedade de Publicações, S.A.	8 848	9 629	8,8
Semanários				
Vida Económica	Vida Económica – Editorial, S.A.	9 766	8 192	-16,1
Meios & Publicidade	Workmedia – Comunicação, Lda.	992	634	-36,1
Revistas				
Exame	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	17 586	16 490	-6,2
Executive Digest	Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços Comunicação, Lda.	14 027	13 927	-0,7
Marketeer	Multipublicações – Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços Comunicação, Lda.	17 333	16 825	-2,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 4 – Circulação impressa dos jornais desportivos diários – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Record	Edisport – Sociedade de Publicações Desportivas, S.A.	56 032	51 389	-8,3
O Jogo	Global Notícias – Publicações, S.A.	23 715	22 649	-4,5

Nota: os valores de circulação de A Bola não são auditados pela APCT.

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 5 – Circulação das revistas femininas/moda, semanais e mensais – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Semanais				
Ana	Impala – Editores, S.A.	39 214	33 672	-14,1
Maria	Impala – Editores, S.A.	190 826	176 197	-7,7
Mariana	Presspeople – Edição de Publicações, Lda.	22 979	22 323	-2,9
Mensais				
Activa	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	62 080	52 873	-14,8
Cosmopolitan	G+J Portugal – Edições, Publicidade e Distribuição, Lda.	37 587	32 263	-14,2
Elle	RBA II Publicações, Lda.	34 332	33 135	-3,5
Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda.	106 555	95 267	-10,6
Lux Woman	Masemba, Lda.	39 365	37 092	-5,8
Máxima	Edirevistas, Sociedade Editorial, S.A.	45 787	45 090	-1,5
Saber Viver	Plot – Content Agency	38 863	40 704	4,7
Vogue	Edirevistas, Sociedade Editorial, S.A.	31 923	31 231	-2,2

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 6 – Circulação das revistas masculinas – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
GQ	Edirevistas – Sociedade Editorial, S.A.	15 432	14 786	-4,2
Maxim	Centaurus Publicações, Unipessoal, Lda.	11 330	17 518	54,6
Men's Health	Motorpress Rodale, S.A.	24 791	24 157	-2,6

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 7 – Circulação das revistas de sociedade – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Caras	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	73 752	64 949	-11,9
Flash	Edirevistas, Sociedade Editorial, S.A.	42 422	36 681	-13,5
Lux	Masemba, Lda.	57 935	57 536	-0,7
Nova Gente	Impala – Editores, S.A.	112 753	98 973	-12,2
VIP	Impala – Editores, S.A.	31 551	24 637	-21,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 8 – Circulação das revistas de televisão – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Telenovelas	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	73 103	64 535	-11,7
TV 7 Dias	Impala – Editores, S.A.	155 656	141 272	-9,2
TV Guia	Edirevistas – Sociedade Editorial, S.A.	70 871	66 423	-6,3
TV Guia Novelas	Edirevistas, Sociedade Editorial, S.A.	16 122	12 491	-22,5
TV Mais	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	75 939	64 644	-14,9

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 9 – Circulação das revistas de ambiente / divulgação científica – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda.	35 752	29 813	-16,6

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 10 – Circulação das publicações de cultura / espetáculo – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Blitz	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	10 648	9 438	-11,4
Empire	Goody, S.A.	11 667	11 000	-5,7
Jornal de Letras, Artes & Ideias	Medipress - Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	7 422	7 181	-3,2
Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	4 943	4 479	-9,4
Time Out Lisboa	Capital da Escrita, Lda.	8 532	7 460	-12,6
Time Out Porto	Capital da Escrita, Lda.	6 957	6 801	-2,2

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

Fig. 11 – Circulação das publicações juvenis – 2012 e 2013

Títulos	Editor	2012	2013	13/12 [%]
		(unidades)		
Visão Júnior	Medipress – Sociedade Jornalística e Editorial, Lda.	18 278	17 234	-5,7

Fonte: APCT – Boletim Informativo jan./dez. 2013.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

1. INTRODUÇÃO

No presente capítulo, desenvolve-se uma análise da distribuição do investimento publicitário pelos vários suportes – Televisão, Rádio, Imprensa, internet, Cinema e *Outdoors* –, analisando-se a evolução desse investimento no período entre 2003 e 2013 com recurso a diferentes fontes de informação. A determinação das receitas dos meios de comunicação social e, em particular, daquelas provenientes da publicidade, tem merecido a atenção da ERC nos seus relatórios de regulação.

Avaliar o investimento publicitário em Portugal é uma tarefa complexa devido sobretudo à volatilidade de um conjunto de variáveis, designadamente i) a **determinação do mercado avaliado** (os valores divergirão se se incluir, ou não, o “cabo”, os classificados, a imprensa regional, as rádios locais, a internet, o cinema, etc.); e ii) a forma de apurar os **preços praticados no mercado publicitário** (os valores divergirão se se calcular o investimento a preços de tabela ou a valores líquidos). Posto isto, é fácil defrontarmo-nos com uma **ampla variação das estimativas, que resultam da aplicação de fórmulas, metodologias e fontes de informação distintas**.

Dadas as distintas possibilidades de apuramento dos valores das receitas publicitárias, opta-se, como acontece no Relatório de Regulação de 2012, por confrontar duas fontes de informação. Por um lado, as estimativas apresentadas pela **Marktest/MediaMonitor**, baseadas nos preços constantes das tabelas publicadas e em vigor para cada um dos anos, sem considerar os possíveis descontos obtidos nos processos negociais de aquisição de espaço-tempo publicitários. Por outro lado, as estimativas apuradas pelo **grupo Omnicom**, entidade especializada em consultadoria na área dos *media*, baseadas em diversas fontes, nomeadamente nos valores de receitas de grupos de *media* cotados em bolsa, nos valores constantes dos relatórios e contas dos grupos que não se encontram cotados, ambos cotejados com as estimativas de crescimento ou mesmo com dados de receitas anuais fornecidos pelos diversos operadores.

Refira-se que são notórias as disparidades entre uma e outra fonte, tanto no que respeita à avaliação do mercado publicitário, como à distribuição do investimento por meio de comunicação e à evolução de cada meio enquanto suporte publicitário.

No plano metodológico, note-se que, além da forma de apuramento do investimento publicitário, Marktest e Omnicom divergem também na circunscrição dos meios que consideram nas suas estimativas:

- i) A Marktest apenas apresenta valores de investimento publicitário na internet para o ano de 2013 e agrega as estimativas para a televisão, distinguindo os três principais canais de televisão generalista – RTP1, SIC e TVI – dos restantes. Por outro lado, separa o investimento na imprensa em *imprensa de informação geral e imprensa especializada*.
- ii) A Omnicom apresenta, até 2012, estimativas para a internet e separa em duas subcategorias o investimento publicitário na televisão (canais generalistas de acesso não condicionado livre – RTP1, SIC e TVI, por um lado, e canais de televisão por subscrição, vulgo “cabo”, por outro). Separa ainda o investimento publicitário no setor da imprensa em publicações diárias e não-diárias. Em 2013, porém, a categoria “Jornais” passa a agregar a totalidade desses suportes independentemente da periodicidade (diária + semanal), pelo que a comparação direta com os valores referentes à Imprensa Diária do ano anterior deverá ser interpretada como uma aproximação aos valores.

Por fim, no que respeita a prospetivas de evolução do mercado nos próximos anos, recorreu-se aos dados publicados pela PwC no seu relatório *Portugal Entertainment and Media Outlook: 2013-2017*.

2. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

De acordo com as estimativas da Marktest, o investimento publicitário, avaliado a preços de tabela, terá registado uma tendência de crescimento entre 2003 e 2010. Verificou-se de seguida um ligeiro decréscimo até 2012. Por fim, em 2013, nova subida, de 19,7 %, atingindo os 5,5 mil milhões de euros

A **televisão**, englobando-se aqui os três canais generalistas e o “cabo”, concentrou 71,9 % das receitas publicitárias (5,5 mil milhões de euros em 2013), verificando-se um ligeira diminuição da quota de mercado publicitário deste segmento, que em 2012 se situaria nos 74,5 %. No entanto, em termos absolutos, ocorreu um aumento, de 3,4 mil milhões para 4 mil milhões de euros.

A **imprensa** acolheu cerca de 11 % do investimento publicitário em 2013 (592 milhões de euros). Este suporte manifesta, em geral, a partir de 2009, uma curva descendente no *share* do investimento, observável nos vários tipos de publicações: de informação geral, especializadas e regionais. Em 2013, a imprensa de informação geral apresentava 5,7 % do total do investimento publicitário, a imprensa especializada, 4,6 %, e a imprensa regional, 0,5 %.

A **rádio** representou, em 2013, uma quota de 4,1 % do investimento publicitário (227 milhões de euros), ocorrendo, na generalidade, uma

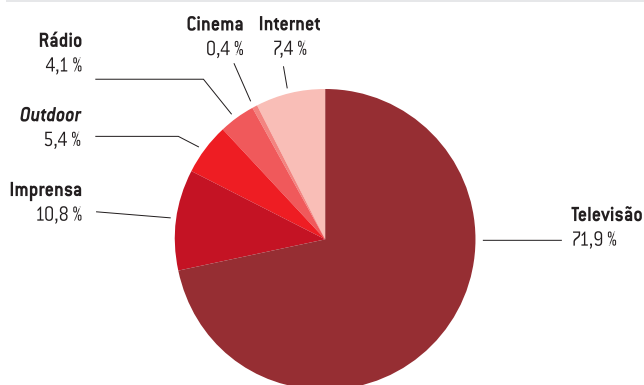
variação negativa no intervalo temporal analisado, com um decréscimo entre 2003 e 2008, seguindo-se uma ligeira recuperação até 2011 e novo decréscimo até 2013.

De acordo com os dados da Marktest, o investimento publicitário em **outdoor** representou, em 2013, 5,4 % do investimento global.

O **cinema** manteve-se o suporte publicitário menos significativo, com uma quota, em 2013, de apenas 0,4 % (Figs. 1 e 2 do Anexo).

O investimento em **internet** em 2013 (a Marktest não disponibilizou informação sobre o investimento em internet nos anos anteriores) totaliza 407 milhões de euros, perfazendo 7,4 % do total.

Fig. 1 – Repartição do investimento publicitário por meio (%) – 2013

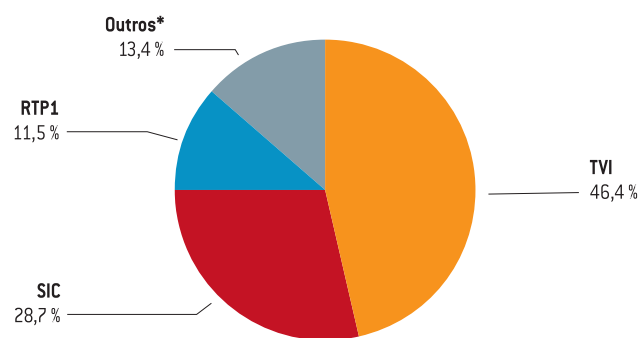


Total do investimento, 5.498.417 milhares de euros.

Nota: Todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Fig. 2 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (%) – 2013



Total do investimento, 3.951.572 milhares de euros.

Nota: Todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

* "Outros" – inclui AXN; Disney Channel; Fox; Fox Life; Hollywood; MOV; MTV Portugal; Panda; Panda Biggs; RTP2; RTP Memória; RTPN; SIC Mulher; SIC Notícias; SIC Radical; TVI24; TV Record; Nat. Geographic; Nickelodeon; AXN Black; Globo; Mais TVI.

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

2.1. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

Em 2013, a TVI canalizou a maior fatia do investimento publicitário em *televisão*, na ordem dos 46 % (1.832 milhões de euros), seguindo-se a SIC (28,7 %; 1132 milhões de euros) e a RTP1 (11,5 %; 456 milhões de euros). Os canais de cabo (juntamente com a RTP2) receberam 13,4 % do investimento publicitário em *televisão* (cerca de 528 milhões de euros).

No mesmo ano, a FOX acolheu a maior fatia do *investimento publicitário* entre os serviços de programas distribuídos por cabo / satélite (2,4 % do total do investimento publicitário em Televisão), seguindo-se a SIC Notícias (1,8 %) e o ANX (1,8 %) (Fig. 3 do Anexo).

No que respeita à distribuição do *investimento publicitário* em televisão entre 2005 e 2013, verifica-se que a TVI é, em geral, líder (com exceção de 2005). Esta progressão regista-se, de certo modo, em detrimento do *share* da SIC, que em 2005 se situava nos 41,3 % e em 2013 nos 28,7 %. A RTP1 apresenta, desde 2005, um comportamento misto, com poucas oscilações até 2012, com valores entre os 14 e 15 %, embora em 2013 caia para 11,5 % (Fig. 3).

2.2. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO (ESTIMATIVAS MARKTEST)

Em 2013, a Rádio Comercial liderou a captação do *investimento*

Fig. 3 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (em milhares de euros e percentagem) – 2005 a 2013

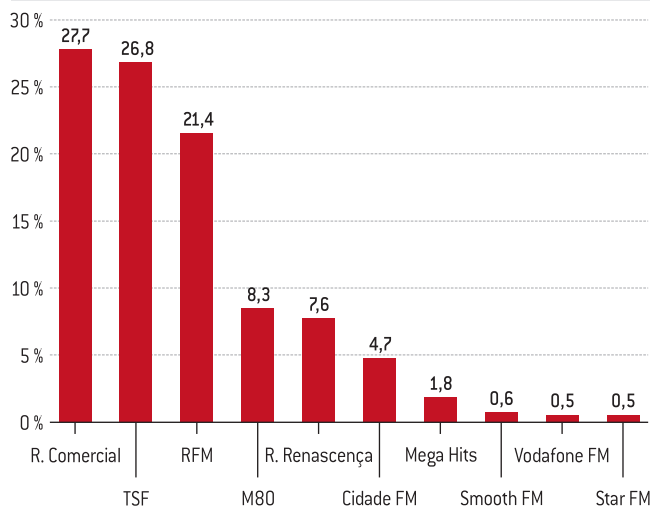
Serviço de programas	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%
RTP1	351 323	14,2	386 732	13,6	421 227	13,7	455 640	13,7	489 245	13,9	584 714	15,4	529 852	14,2	500 637	14,6	456 320	11,5
SIC	1 024 983	41,3	934 427	32,9	970 078	31,4	951 984	28,6	901 648	25,6	945 775	24,9	875 784	23,4	761 177	22,2	1 132 237	28,7
TVI	924 599	37,2	1 258 851	44,3	1 379 080	44,7	1 612 178	48,4	1 737 196	49,4	1 851 819	48,8	1 850 157	49,5	1 661 656	48,6	1 832 324	46,4
Outros	182 730	7,4	260 196	9,7	315 395	10,2	311 109	9,3	389 141	11,1	415 156	10,9	479 414	12,8	497 645	14,5	527 625	13,4
Total	2 483 635	100,0	2 840 206	100,0	3 085 780	100,0	3 330 911	100,0	3 517 230	100,0	3 797 464	100,0	3 735 207	100,0	3 421 115	100,0	3 951 572	100,0

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013.

publicitário em rádio, com uma quota de 27,7 %, seguindo-se a TSF (26,8 %) e a RFM (21,4 %). As três estações de rádio concentraram, em 2013, três quartos do investimento publicitário em rádio. Registe-se ainda que a quota de investimento da M80 situou-se nos 8,3 % e a RR nos 7,6 %.

Fig. 4 – Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (%) – 2013



Total do investimento, 227.032 milhares de euros.

Nota: Todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

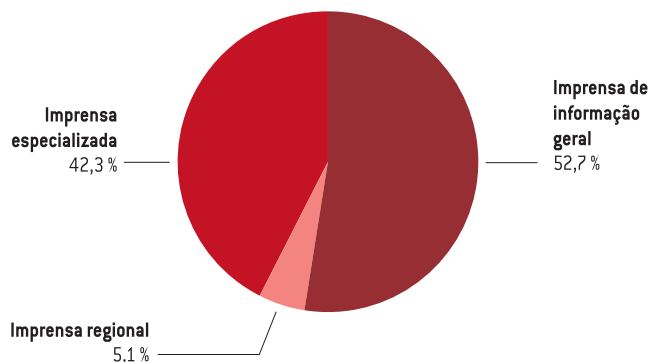
Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Entre 2005 e 2011, a TSF liderou a captação dos investimentos publicitários em rádio, porém em 2012 e 2013 a liderança foi assumida pela Rádio Comercial (respetivamente, 25,6 % e 27,7 %). Em matéria de receitas publicitárias, a RFM e a Rádio Comercial secundaram a TSF ao longo de todo o período de 2005 a 2011. (Fig. 5).

2.3. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA (ESTIMATIVAS MARKTEST)

De acordo com os dados da Marktest, as publicações de informação geral cativaram, em 2013, 52,7 % do total do investimento publicitário em imprensa (312 milhões de euros), seguindo-se os títulos de Economia/Negócios/Gestão (10,7 %; 63,5 milhões de euros), Desporto/Veículos (8,8 %; 52,4 milhões), Femininas/Moda (7,0 %; 41,7 milhões de euros) e Sociedade (6,6 %; 38,9 milhões de euros). A Imprensa

Fig. 6 – Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (%) – 2013



Total do investimento, 592.451 milhares de euros.

Nota: Todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Regional granjeou 5,1 % do investimento publicitário em imprensa (30,1 milhões de euros) (Fig. 6 e Fig. 4 do Anexo).

3. DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO POR MEIO (ESTIMATIVAS DO OMNICOMMEDIAGROUP)

As estimativas do investimento publicitário realizadas pela Marktest são calculadas com base em preços de tabela, o que se reflete numa visão inflacionada do valor deste mercado. Por sua vez, acrescentam-se as estimativas do OmnicomMediaGroup (doravante referido como Omnicom), grupo especializado em consultadoria no setor dos *media*, as quais pretendem aproximar-se dos preços realmente praticados.

A primeira divergência entre as duas fontes supracitadas verifica-se no valor total anual do investimento publicitário: segundo a Marktest, esse investimento representa 5498 milhões de euros em 2013; já a Omnicom estima um valor na ordem dos 463 milhões de euros.

A segunda diferença respeita à evolução do mercado: para a Marktest, o investimento publicitário aumentou entre 2002 e 2010, assinalando-se, contudo, um decréscimo até 2013 e novo crescimento em 2013; já o grupo Omnicom estima que o investimento publicitário tenha

Fig. 5 – Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (em milhares de euros e percentagem) – 2005 a 2013

Meio	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%
Cidade FM	13 099	7	11 841	6,4	13 364	7,3	16 672	9,3	17 954	9,1	15 578	7,8	12 800	5,8	13 223	5,8	10 732	4,7
Rádio Comercial	47 069	25,1	42 316	22,9	40 932	22,3	38 196	21,4	43 187	22,0	48 019	24,0	53 585	24,5	58 711	25,6	62 996	27,7
RFM	45 076	24,1	45 761	24,8	46 124	25,1	45 843	25,6	47 427	24,2	48 846	24,4	52 372	23,9	55 592	24,2	48 658	21,4
Rádio Renascença	14 534	7,8	12 691	6,9	14 056	7,7	13 770	7,7	13 943	7,1	13 326	6,7	17 322	7,9	18 412	8,0	17 195	7,6
TSF	53 487	28,6	57 214	30,9	55 454	30,2	52 927	29,6	47 765	24,3	52 981	26,5	58 243	26,6	55 988	24,4	60 890	26,8
Outros	14 057	7,5	15 060	8,1	13 528	7,4	11 352	6,4	25 953	13,2	21 380	10,7	24 732	11,3	27 437	12,0	26 562	11,7
Total	187 322	100,0	184 883	100,0	183 458	100,0	178 760	100,0	196 229	100,0	200 128	100,0	219 055	100,0	229 363	100,0	227 032	100,0

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013.

sofrido **quebras dramáticas no período de uma década**, concentradas entre 2008/2009, 2010/2011, 2011/2012 e 2012/2013 e que as perdas foram de, respetivamente, 14,6 %, 10,6 %, 17,8 % e 8,8 %.

Assim, apesar de um crescimento de 2009 para 2010, na ordem dos 1,5 %, a partir de 2011 verificou-se uma tendência de decréscimo acentuado.

A terceira diferença prende-se com a distribuição do investimento por suportes. A **televisão** concentra a maior fatia do investimento publicitário. Não obstante, segundo os dados da Marktest, a fatia do investimento publicitário em televisão foi crescente e tornou-se dominante no período de uma década, atingindo os 71,9 % em 2013. Já segundo a Omnicom, no mesmo ano, a televisão teve um peso de cerca de 55,6 %. **A discrepância de valores entre as duas estimativas** indicia que a prática de descontos é particularmente pronunciada na televisão.

As estimativas da Marktest e da Omnicom divergem no que respeita aos valores do investimento publicitário em **outdoors** (peso de 11,2 % em 2013, segundo a Omnicom; e de 5,4 % segundo a Marktest).

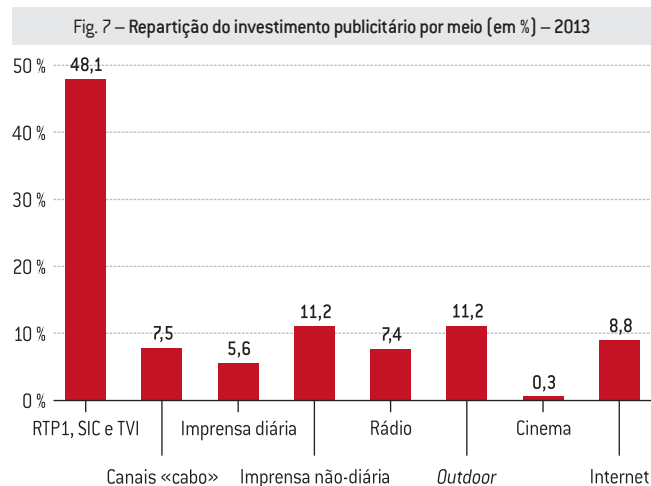
Quanto à **internet**, não há comparabilidade possível no que concerne ao investimento publicitário até 2012, dado que, como referido, este não é avaliado pela Marktest até 2013. Neste ano, segundo a Marktest o investimento publicitário em internet ocupou um peso de 7,4 % do total do investimento publicitário (407 464 milhares de euros). Segundo os dados da Omnicom, este meio contrariou a tendência de descida do mercado publicitário, registando um aumento progressivo das suas receitas. Segundo a Omnicom, em 2013, a internet acolheu 8,8 % do bolo de investimento publicitário.

Registaram-se, ainda assim, **pontos de convergência** entre as estimativas da Marktest e da Omnicom.

Em primeiro lugar, saliente-se a descida do investimento publicitário na **imprensa**: para a Marktest, esse decréscimo ocorreu tanto na imprensa de informação geral, como na especializada.

Dados de ambas, Marktest e Omnicom, comprovam a importância, em termos globais, relativamente marginal do **cinema** enquanto meio de investimento publicitário (Fig. 5 do Anexo).

De acordo com os dados do grupo Omnicom, em 2013 o mercado publicitário totalizou cerca de 463 milhões de euros, o que representou uma tendência de decréscimo desde 2010 (691 milhões de euros).



Total do investimento, 463.273 milhares de euros.

Fonte: OmnicomMediaGroup.

De acordo com a citada fonte, RTP1, SIC e TVI representaram a principal fatia do *investimento publicitário*, no valor de 48,1 % (223 milhões de euros) (Fig. 7 e Fig. 5 do Anexo).

O setor das revistas terá sido o segundo mais importante suporte publicitário (11,2 %; 51 700 mil euros), seguindo-se o *outdoor*, também com o peso de 11,2 % (cerca de 51 750 mil euros).

Os jornais totalizam 5,6 % do *investimento publicitário* (cerca de 26 milhões), seguindo-se a rádio (7,4 %; 34 milhões de euros) e a internet (8,8 %, 40,6 milhões de euros).

4. PROSPETIVAS GLOBAIS E O CASO DE PORTUGAL

Como suprarreferido, a internet e a televisão por cabo são os únicos meios que apresentam uma tendência de evolução positiva. Tal deve-se à tendência geral de crescimento do número de consumidores destes *media*.

Em Portugal, segundo a ANACOM¹, no final de 2013, a taxa de penetração da televisão por subscrição era de 53,7 assinantes por cada 100 alojamentos, caso se considere o total de alojamentos familiares clássicos. Por sua vez, considerando o número de famílias clássicas, o valor é consideravelmente maior, de 78,4 %.

Já segundo a PwC, a taxa de penetração da TV paga em Portugal passará de 53 % no final de 2012 para 60 % no final de 2017².

Ainda segundo a PwC, o volume de receitas de publicidade em televisão

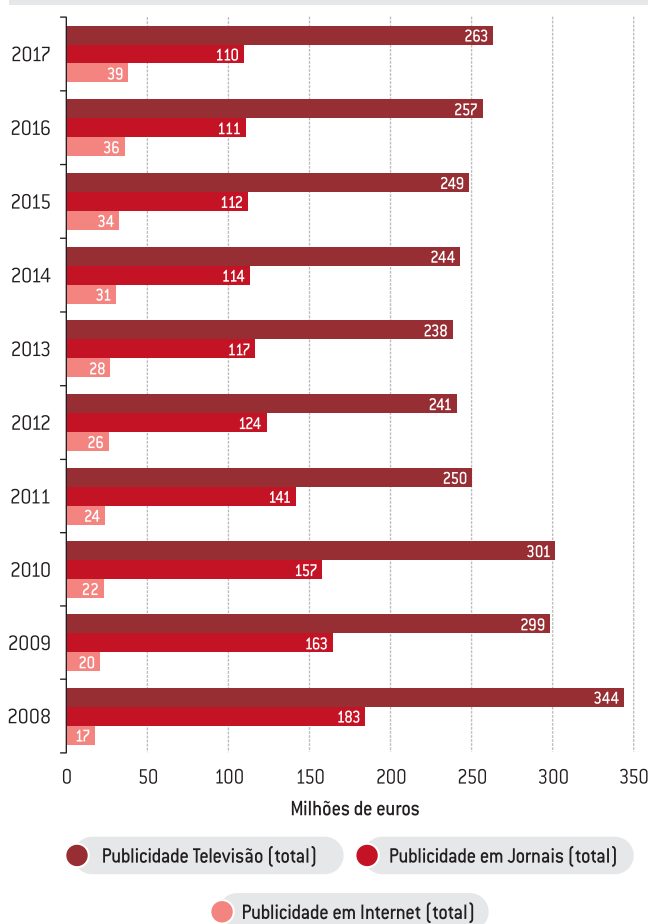
1 ANACOM. Serviço de Televisão por Subscrição. Informação Estatística 4.º Trimestre de 2013. In www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1191057 (consultado a 4 de julho de 2014).

2 Global Entertainment and Media Outlook 2013-17 – PwC 2013. In <https://www.pwc.pt/publicacoes/global-entertainment-media-outlook/images/pwc-global-entertainment-media-outlook2013.pdf> (consultado a 4 de julho de 2014).

a nível mundial crescerá a uma taxa média anual de 5 % até 2017. Em Portugal, estima-se que as receitas atinjam 244,19 milhões de euros em 2014 e crescerá até alcançar 262,86 milhões de euros em 2017.

No que respeita à internet, em Portugal, em 2013, segundo um inquérito do OberCom³, 57,2 % (n=1542) dos agregados domésticos tinham acesso à internet. Verifica-se ainda que 55,2 % dos inquiridos utilizam a internet. Entre estes, 72,9 % fazem-no diariamente e 13,2 % 3 a 4 vezes por semana. A utilização da internet em dispositivos móveis continua a apresentar índices de utilização menores por relação à internet fixa, mas apresenta em 2013 valores consideráveis, na medida em que 38,5 % dos inquiridos dizem ter utilizado dispositivos móveis para aceder à internet (telemóvel, *smartphone* ou *tablet*).

Fig. 8 – Investimento Publicitário – televisão, jornais e Internet 2008-2017 (em milhões de euros)



Nota da PwC: "As previsões aqui apresentadas foram efetuadas no início de 2013. Desde essa altura, até esta data, poderão ter havido alguns fatores ou acontecimentos que podem afetar qualquer um dos setores incluídos no presente estudo. Estes acontecimentos não foram considerados na estimativa inicial. Embora alguns destes aspetos não sejam considerados nas previsões do estudo, estamos convencidos que tal não invalida o facto de o mesmo permitir compreender de forma adequada e antecipar as principais tendências da indústria de *media* e entretenimento, nos próximos anos".

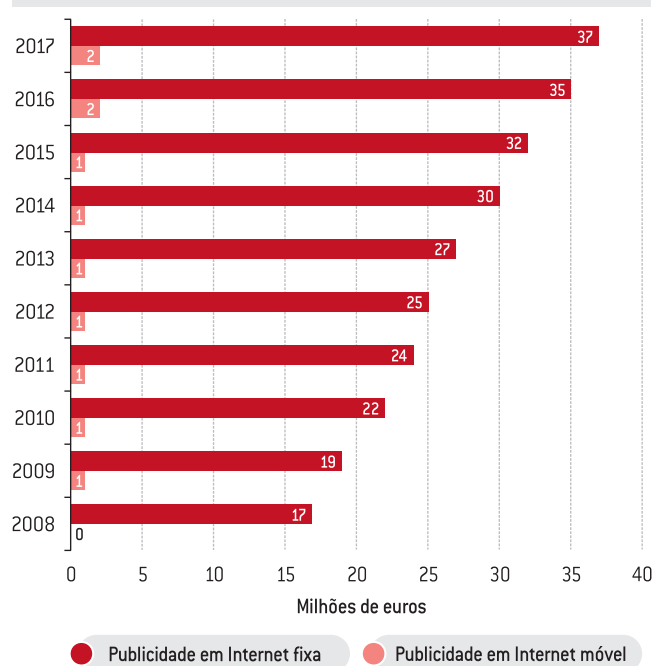
Fonte: Global Entertainment and Media Outlook 2013-17 – PwC 2013.

A PwC afirma que o mercado português foi, em 2012, responsável por 25,66 milhões de euros de receitas de publicidade em internet, estimando que cresça a uma taxa média anual de 8,7 %, e que em 2017⁴ atinja os 39 milhões de euros. Prevê ainda que, em 2017, os motores de busca sejam responsáveis por cerca de metade do total de receitas da publicidade *online*. A publicidade em telemóveis deverá também crescer, estimando que passe de 1 milhão de euros em 2012 para 2 milhões de euros em 2017.

Como demonstra a Figura 8, as previsões da WpC apontam para um crescimento regular da publicidade na internet, sendo que a publicidade em Televisão, que vinha a diminuir até 2013, inverterá a partir de 2014 essa tendência.

No que respeita à publicidade em internet fixa, verifica-se uma tendência de crescimento regular, prevendo a WpC que atinja os 37 milhões em 2017. Quanto à publicidade em internet móvel, prevê-se que duplique, atingindo em 2016 e 2017, dois milhões de euros.

Fig. 9 – Investimento Publicitário – Internet 2008-2017 (em milhões de euros)



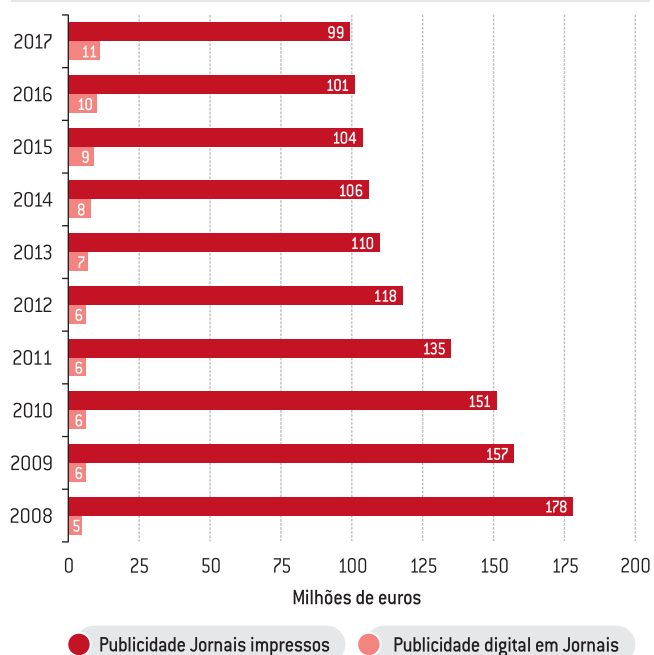
Nota da PwC: "As previsões aqui apresentadas foram efetuadas no início de 2013. Desde essa altura, até esta data, poderão ter havido alguns fatores ou acontecimentos que podem afetar qualquer um dos setores incluídos no presente estudo. Estes acontecimentos não foram considerados na estimativa inicial. Embora alguns destes aspetos não sejam considerados nas previsões do estudo, estamos convencidos que tal não invalida o facto de o mesmo permitir compreender de forma adequada e antecipar as principais tendências da indústria de *media* e entretenimento, nos próximos anos".

Fonte: Global Entertainment and Media Outlook 2013-17 – PwC 2013.

3 OberCom. A internet em Portugal - Sociedade em Rede 2014. In www.obercom.pt/content/home (consultado a 4 de julho de 2014).

4 Nota da PwC: «As previsões aqui apresentadas foram efetuadas no início de 2013. Desde essa altura, até esta data, poderão ter havido alguns fatores ou acontecimentos que podem afetar qualquer um dos setores incluídos no presente estudo. Estes acontecimentos não foram considerados na estimativa inicial. Embora alguns destes aspetos não sejam considerados nas previsões do estudo, estamos convencidos que tal não invalida o facto de o mesmo permitir compreender de forma adequada e antecipar as principais tendências da indústria de *media* e entretenimento, nos próximos anos».

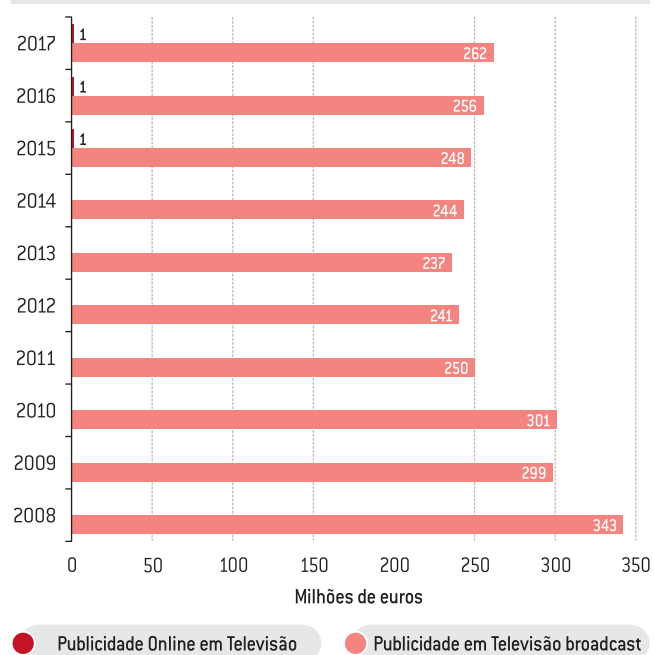
Fig. 10 – Investimento Publicitário – jornais 2008-2017 (em milhões de euros)



Nota da PwC: "As previsões aqui apresentadas foram efetuadas no início de 2013. Desde essa altura, até esta data, poderão ter havido alguns fatores ou acontecimentos que podem afetar qualquer um dos setores incluídos no presente estudo. Estes acontecimentos não foram considerados na estimativa inicial. Embora alguns destes aspetos não sejam considerados nas previsões do estudo, estamos convencidos que tal não invalida o facto de o mesmo permitir compreender de forma adequada e antecipar as principais tendências da indústria de *media* e entretenimento, nos próximos anos".

Fonte: Global Entertainment and Media Outlook 2013-17 – PwC 2013.

Fig. 11 – Investimento Publicitário – televisão 2008-2017 (em milhões de euros)



Nota da PwC: "As previsões aqui apresentadas foram efetuadas no início de 2013. Desde essa altura, até esta data, poderão ter havido alguns fatores ou acontecimentos que podem afetar qualquer um dos setores incluídos no presente estudo. Estes acontecimentos não foram considerados na estimativa inicial. Embora alguns destes aspetos não sejam considerados nas previsões do estudo, estamos convencidos que tal não invalida o facto de o mesmo permitir compreender de forma adequada e antecipar as principais tendências da indústria de *media* e entretenimento, nos próximos anos".

Fonte: Global Entertainment and Media Outlook 2013-17.

No que se refere à publicidade em jornais, prevê-se a continuação da tendência de decréscimo da publicidade em jornais impressos, em sentido contrário ao crescimento previsto da publicidade digital em jornais, que deverá atingir os 11 milhões de euros em 2017.

Quanto ao mercado televisivo, a PwC prevê uma tendência de crescimento a partir de 2013 para a publicidade em televisão *broadcast* e que a partir de 2015 a publicidade *online* em Televisão atinja um milhão de euros e mantenha o investimento até 2017.

SÍNTESE CONCLUSIVA

No apuramento do investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest, baseadas em preços de tabela, com as do grupo Omnicom. Estas fontes adotam métodos claramente distintos divergindo nas estimativas que apresentam para a avaliação do mercado publicitário.

A análise dos dados da Marktest referente à evolução deste mercado ao longo da última década, demonstra uma tendência de crescimento ininterrupto: em 2003 atingia 2,6 mil milhões de euros, já em 2010 ascendia a 5 mil milhões de euros. A partir de 2011, regista, porém, uma descida, atingindo em 2012 4,6 mil milhões de euros. Em 2013, nova subida, agora atingindo os 5,5 mil milhões de euros. Porém, de acordo com a Omnicom, o mercado publicitário representava 668 milhões de euros em 2003 e atingiu um montante inferior em 2013 [463 milhões de euros], tendo sofrido, durante a última década, alguns períodos de quebras bastante acentuadas.

O valor global do *investimento publicitário* em 2013, segundo a Omnicom representa um decréscimo de 8,8 % por relação a 2012, atingindo o valor mais baixo da última década [2003-2013].

Deste modo, em 2013, entre as duas estimativas relativas ao montante global do *investimento publicitário* encontra-se um diferencial de quase 5,5 mil milhões de euros.

Apresenta-se, de seguida, um resumo dos principais resultados do setor em Portugal, por meio:

- > A televisão evoluiu de uma quota de 63,2 % para 71,9 % entre 2003 e 2013, segundo a Marktest; nas estimativas do grupo Omnicom ocorreu um acréscimo mais subtil, de 52,1 % para os 55,6 %.
- > Segundo os dados da Marktest, a TVI é o serviço de programas que acolhe a maior fatia do investimento publicitário em televisão, uma tendência que se verifica continuamente desde 2006.
- > As duas fontes (Marktest e Omnicom) coincidem no que respeita à tendência de descida do investimento publicitário na imprensa, de 2009 até 2013, nos seus vários segmentos.
- > A rádio tem vindo a perder importância enquanto suporte publicitário, atingindo, segundo a Marktest, 4,1 % em 2013; segundo o

Omnicom, tem vindo a sofrer ligeiras flutuações, encontrando-se em 2013 nos 7,4 %.

- > Os dados da Marktest demonstram que, desde 2005, a TSF recolhia a maior fatia do investimento publicitário em rádio, ultrapassada, porém, a partir de 2012, pela Rádio Comercial.
- > Os dados da Omnicom sugerem que o investimento publicitário na internet tem vindo a aumentar de modo progressivo, atingindo em 2013 8,8 % do total de investimento. Para a Marktest, em 2013,

o investimento publicitário na internet foi de 7,4 % do total.

- > Para a Marktest, o suporte *outdoor* atingiu os 6,3 % em 2011 e 6,6 % em 2012, porém, em 2013 desce para 5,4 %. Por sua vez, em 2013, segundo o Omnicom, trata-se do segundo principal suporte publicitário, com um *share* de 11,2 %, seguido de perto pela imprensa não-diária com 11,2 %.
- > As estimativas das duas entidades comprovam a diminuta importância do cinema enquanto suporte publicitário.

ANEXO AO CAPÍTULO

REFERENTE AO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO

Fig. 1 – Repartição do investimento publicitário por meio (em milhares de euros e percentagem) – 2003 e 2004

Meio	2003		2004	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%
Televisão	1 672 374	63,2	1 892 813	63,2
Imprensa	592 549	22,4	675 473	22,6
<i>Outdoor</i>	200 145	7,6	224 770	7,5
Rádio	172 080	6,5	189 031	6,3
Cinema	9 903	0,4	13 392	0,4
Total	2 647 051	100,0	2 995 479	100,0

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade 2003 e 2004.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 2 – Repartição do investimento publicitário por estação radiofónica (em milhares de euros e percentagem) – 2005 a 2013

Meio	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%
Televisão	2 483 635	68,3	2 840 206	70,1	3 085 780	70,3	3 330 911	71,3	3 517 230	73,4	3 797 464	75,4	3 735 207	75,2	3 421 115	74,5	3 951 572	71,9
Imprensa info. geral	344 939	9,5	332 766	8,2	348 702	7,9	340 402	7,3	390 351	8,2	355 302	7,1	328 155	6,6	315 543	6,9	311 977	5,7
Imprensa especializ.	303 690	8,4	320 237	7,9	332 718	7,6	327 079	7,0	304 582	6,4	323 206	6,4	303 819	6,1	268 523	5,8	250 377	4,6
Imprensa regional	51 977	1,4	80 909	2,0	135 126	3,1	167 742	3,6	46 784	1,0	43 431	1,0	41 587	0,8	32 124	0,7	30 098	0,5
<i>Outdoor</i>	250 590	6,9	276 730	6,8	283 984	6,5	303 504	6,5	311 407	6,5	294 186	5,8	312 483	6,3	301 024	6,6	298 376	5,4
Rádio	187 322	5,2	184 883	4,6	183 458	4,2	178 760	3,8	196 229	4,1	200 128	4,0	219 055	4,4	229 363	5,0	227 032	4,1
Internet	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	407 464	7,4
Cinema	13 596	0,4	14 491	0,4	21 976	0,5	23 427	0,5	22 864	0,5	23 485	0,5	29 200	0,6	26 989	0,6	21 521	0,4
Total	3 635 750	100,0	4 050 223	100,0	4 391 744	100,0	4 671 825	100,0	4 789 447	100,0	5 037 203	100,0	4 969 505	100,0	4 594 681	100,0	5 498 417	100,0

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fonte: Marktest – Anuários de Média e Publicidade 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013.

Fig. 3 – Repartição do investimento publicitário por canal televisivo (em milhares de euros e em percentagem) – 2013

Serviço de programas	2013	
	Milhares de euros	%
TVI	1 832 324	46,4
SIC	1 132 237	28,7
RTP1	456 320	11,5
SIC N	93 185	2,4
AXN	71 745	1,8
TV Record	70 594	1,8
FOX	52 025	1,3
SIC Mulher	46 528	1,2
Panda	39 943	1,0
RTP Informação	32 158	0,8
Fox Life	22 106	0,6
TVI24	19 982	0,5
RTP Memória	19 107	0,5
Disney Channel	17 062	0,4
FOX	9 569	0,2
SIC Mulher	6 970	0,2
Panda	6 482	0,2
RTP Informação	5 620	0,1
Fox Life	3 065	0,1
TVI24	2 392	0,1
RTP Memória	2 336	0,1
SIC Radical	2 116	0,1
Hollywood	2 008	0,1
MTV Portugal	1 590	0,0
RTP2	1 508	0,0
Panda Biggs	1 480	0,0
MOV	1 119	0,0
Total	3 951 572	100,0

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 4 – Repartição do investimento publicitário em imprensa por tipo de publicação (em milhares de euros e em percentagem) – 2013

Tipo de publicação	2012	
	Milhares de euros	%
Imprensa de informação geral	311 977	52,7
Imprensa especializada	250 377	42,3
Economia, Negócios e Gestão	63 507	10,7
Desporto / Veículos	52 402	8,8
Femininas / Moda	41 725	7,0
Sociedade	38 963	6,6
Televisão e Jogos	9 015	1,5
Setorial	6 774	1,1
Interesse Geral	5 527	0,9
Cultura / Espectáculo	4 868	0,8
Saúde / Educação	5 148	0,9
Tecnologias de Informação	2 903	0,5
Viagens e Turismo	4 286	0,7
Lazer	4 449	0,8
Culinária	2 202	0,4
Masculinas	3 383	0,6
Ambiente / Divulgação Científica	1 786	0,3
Decoração	2 228	0,4
Para Crianças	495	0,1
Juvenis	629	0,1
Outras	87	0,0
Imprensa regional	30 098	5,1
Total	592 451	100,0

Fonte: Markttest – Anuário de Média e Publicidade 2013.

Nota: todos os valores de investimento publicitário apresentados são dados a preços de tabela, excluindo todos os eventuais descontos que possam existir.

Fig. 5 – Repartição do investimento publicitário por meio (em milhares de euros e em percentagem) – 2003 a 2013

Meios	2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%
RTP1, SIC e TVI	327 986	49,1	362 425	47,7	367 861	47,8	371 540	48,1	382 686	47,4	379 754	47,6
Canais "cabo"	19 795	3,0	27 119	3,6	31 187	4,1	29 940	3,9	33 832	4,2	36 498	4,6
Imprensa diária	57 800	8,7	68 493	9,0	69 520	9,0	68 825	8,9	69 513	8,6	68 959	8,6
Imprensa não-diária	128 186	19,2	139 722	18,4	140 421	18,3	138 315	17,9	144 462	17,9	131 614	16,5
Rádio	45 922	6,9	53 729	7,1	51 580	6,7	48 743	6,3	48 743	6,0	45 661	5,7
Outdoor	79 351	11,9	99 189	13,1	98 197	12,8	101 143	13,1	106 200	13,2	108 008	13,5
Cinema	4 243	0,6	4 264	0,6	4 349	0,6	4 306	0,6	4 478	0,6	4 456	0,6
Internet	4 342	0,7	4 212	0,6	5 686	0,7	9 235	1,2	16 622	2,1	22 398	2,8
Total	667 625	100,0	759 153	100,0	768 802	100,0	772 045	100,0	806 536	100,0	797 349	100,0

Meios	2009		2010		2011		2012		Meios *	2013	
	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%	Milhares de euros	%		Milhares de euros	%
RTP1, SIC e TVI	331 347	48,7	339 299	49,1	298 794	48,4	249 699	49,2	Canais FTA	222 840	48,1
Canais "cabo"	30 816	4,5	31 309	4,5	31 575	5,1	33 270	6,5	Canais por subscrição	34 755	7,5
Imprensa diária	54 166	8,0	50 645	7,3	42 137	6,8	32 132	6,3	Jornais	25 870	5,6
Imprensa não-diária	102 261	15,0	100 829	14,6	81 672	13,2	58 257	11,5	Revistas	51 700	11,2
Rádio	39 953	5,9	40 552	5,9	40 958	6,6	38 197	7,5	Rádio	34 225	7,4
Outdoor	93 427	13,7	95 763	13,9	85 899	13,9	59 159	11,6	Outdoor	51 750	11,2
Cinema	4 099	0,6	2 956	0,4	2 880	0,5	1 872	0,4	Cinema	1 533	0,3
Internet	24 638	3,6	29 443	4,3	33 679	5,5	35 363	7,0	Internet	40 600	8,8
Total	680 708	100,0	690 796	100,0	617 595	100,0	507 949	100,0	Total	463 273	100,0

* No ano de 2013, a categoria "Jornais" passa a agregar a totalidade desses suportes independentemente da periodicidade (diária + semanal), pelo que a comparação direta com os valores referentes à Imprensa Diária do ano anterior deverá ser interpretada como uma aproximação e não como valor exato.

Fonte: OmnicomMediaGroup.

REGISTOS DOS MEIOS E ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. INTRODUÇÃO

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque espelha a situação real das entidades a ele sujeitas, garante a transparência da propriedade desses órgãos, dando a conhecer a titularidade e respetivas participações, permitindo, deste modo, o controlo das concentrações dos meios e órgãos de comunicação social; por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas e a denominação das entidades emissoras de rádio e de televisão.

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

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

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas, por força do n.º 1, do art.º 1.º do Decreto Regulamentar, n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, a ERC, no decurso de 2013, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registal dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

2. ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL SUJEITOS A REGISTO

No âmbito das diversas competências que estão cometidas à ERC pela Constituição da República Portuguesa (CRP), pelos seus Estatutos e pelo Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar, n.º 2/2009, de 27 de janeiro, compete-lhe promover o registo dos órgãos de comunicação social sujeitos a registo, a saber:

- > As publicações periódicas;
- > As empresas jornalísticas;
- > As empresas noticiosas;
- > Os operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas;
- > Os operadores de televisão e respetivos serviços de programas;
- > Os operadores de distribuição;
- > Os serviços de programas televisivos difundidos exclusivamente por internet;
- > Os serviços de programas de rádio difundidos exclusivamente através da internet.

Cumpra definir cada um dos conceitos em presença:

• Publicações periódicas

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos art.º 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizado.

São publicações periódicas, as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados de tempo.

São portuguesas, as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e responsabilidade de editor português ou com nacionalidade de qualquer Estado da União Europeia, desde que tenha sede ou qualquer forma de representação permanente em território nacional.

Em conclusão, todas as reproduções impressas de textos ou imagens, editadas em série contínua e em Portugal sob a marca de editor português, não podem iniciar a sua publicação sem que previamente tenham efetuado o registo na ERC;

- **Empresas jornalísticas**

São empresas jornalísticas, as sociedades proprietárias de publicações periódicas e que a sua atividade principal seja a edição de publicações periódicas [art.º 7.º, da Lei de Imprensa];

- **Empresas noticiosas**

São empresas noticiosas, as que têm por objeto principal a recolha e distribuição de notícias, comentários ou imagens [art.º 8.º da Lei de Imprensa];

- **Operadores de rádio e serviços de programas radiofónicos**

As entidades responsáveis pela organização e fornecimento, com carácter de continuidade, de serviços de programas radiofónicos legalmente habilitadas para o exercício da atividade de rádio [alínea e), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro].

Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio [alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro];

- **Operadores de televisão e serviços de programas televisivos**

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas

televisivos [alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho]. Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação [alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho];

- **Operadores de Distribuição**

As pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público, através de redes de comunicações eletrónicas [alínea l), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho];

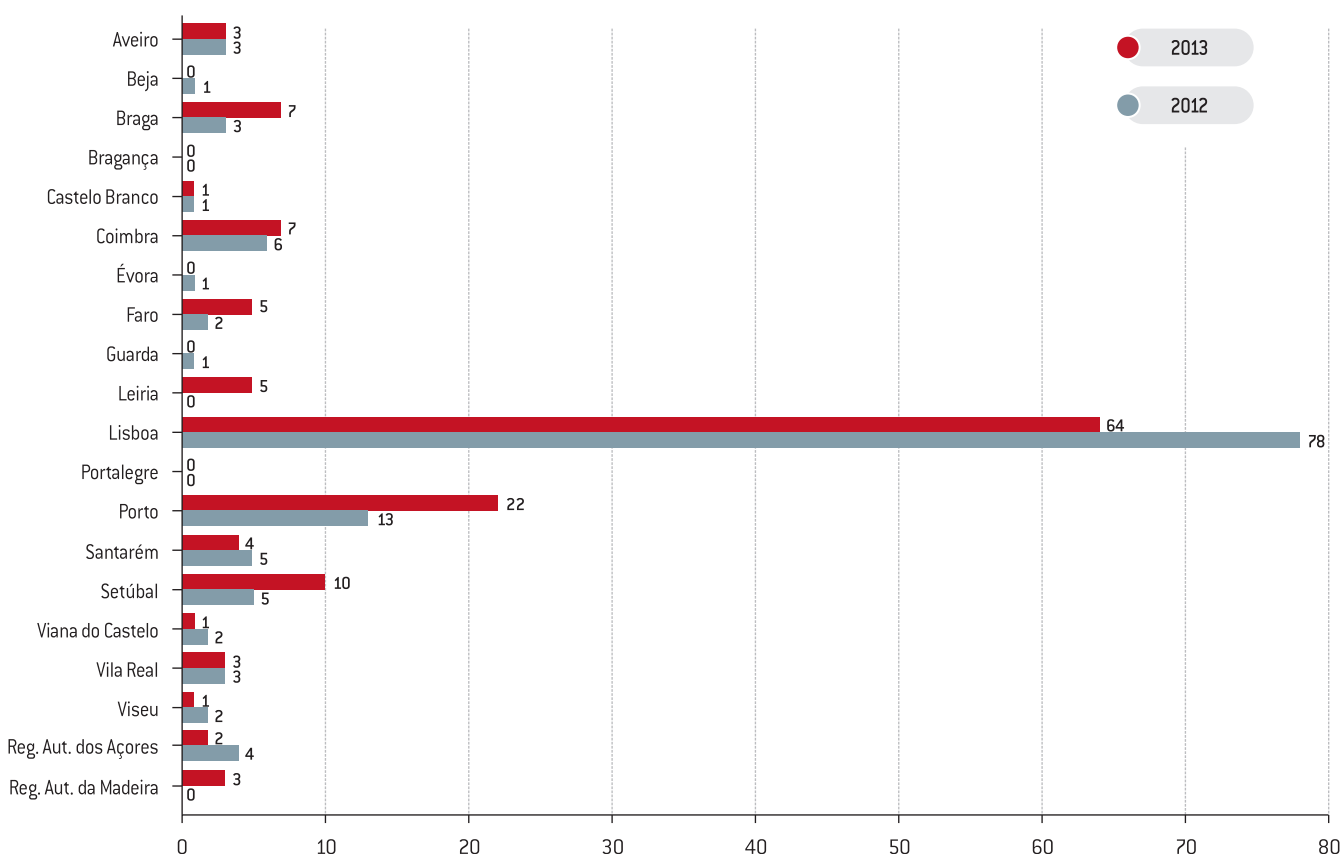
- **Serviço de programas televisivos distribuídos exclusivamente por internet**

Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes [n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho];

- **Serviços de programas de rádio distribuídos exclusivamente por internet**

Difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes.

Fig. 1 – Publicações periódicas inscritas por distrito (2012-2013)



3. ATOS REGISTAIS PRATICADOS EM 2013 – INSCRIÇÕES, AVERBAMENTOS E CANCELAMENTOS

Os atos registais, em regra, dependem da iniciativa do interessado, à exceção dos que por lei são lavrados oficiosamente, como é o caso dos relativos aos operadores de rádio, televisão e aos respetivos serviços de programas, que tenham sido objeto de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização, bem como os operadores de distribuição que tenham sido licenciados ao abrigo da Lei da Televisão [v. art.º 5.º, n.º 2, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

3.1. INSCRIÇÕES

• Publicações periódicas

As publicações periódicas não podem iniciar a sua edição sem que previamente tenham sido registadas [v. art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

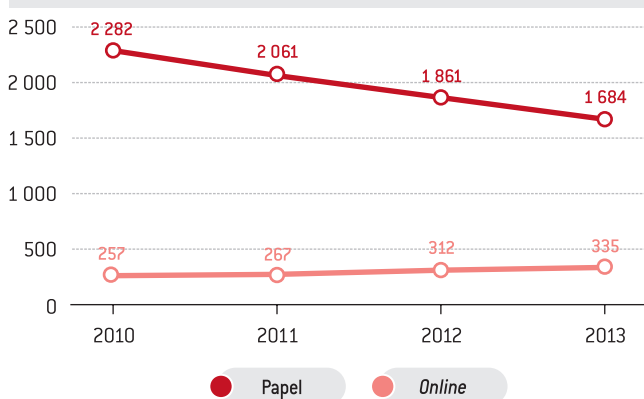
As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação do primeiro exemplar publicado, junto da ERC, no prazo máximo de 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial [n.º 2, do art.º 15.º, Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].

Nesta conformidade, durante 2013, foram registadas provisoriamente 142 novas publicações, das quais já se converteram em definitivas 107 e caducaram 40 por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo para o efeito estabelecido.

É de realçar que os distritos com mais inscrições durante o ano de 2013, foram Lisboa e Porto, respetivamente com 64 e 22 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

Como resulta da leitura do gráfico da figura 1, os distritos com mais inscrições em 2013, foram Lisboa e Porto. Estes valores, quando comparados com 2012, revelam uma diminuição ligeira de inscrições em relação ao distrito de Lisboa. No entanto, quanto ao distrito do Porto, verifica-se um aumento significativo do número de inscrições na ordem dos 90 %.

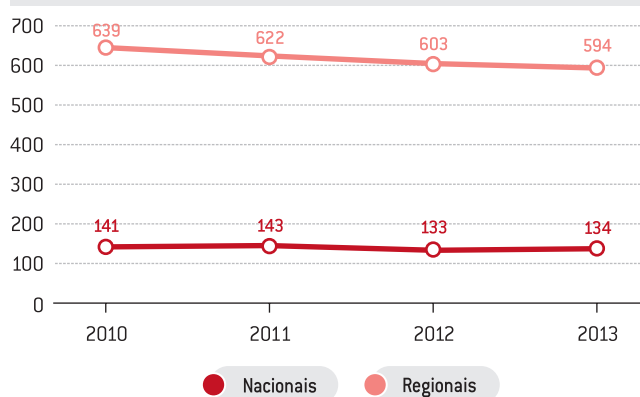
Fig. 2 – Representação das publicações ativas por suporte (2010-2013)



Como resulta da análise do gráfico há uma diminuição acentuada de registo de publicações periódicas em suporte de papel. No entanto, relativamente às publicações em suporte digital existe um movimento ascendente ainda que lento.

A figura 3 é ilustrativa da descida das inscrições das publicações periódicas regionais ao longo do período em análise. Já nos jornais nacionais verifica-se que o ano em que houve menor número de inscrições foi no ano de 2012, ou seja, os cancelamentos continuam a suplantam as inscrições.

Fig. 3 – Representatividade dos jornais ativos por âmbito geográfico (2010-2013)

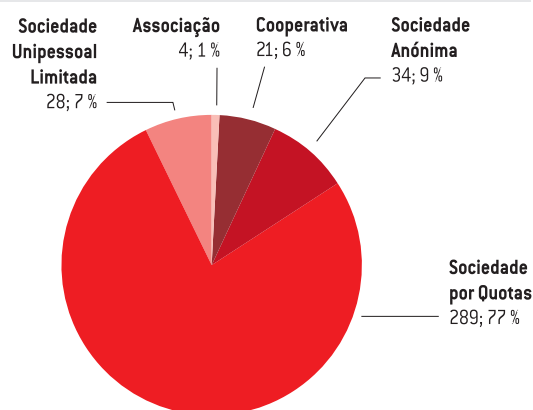


• Empresas jornalísticas

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 14 empresas, durante 2013.

Da leitura da figura 4, infere-se que, em 2013, as empresas jornalísticas a cuja natureza jurídica corresponde sociedades por quotas foram as que tiveram maior expressão, tal como tem vindo a acontecer em anos anteriores.

Fig. 4 – Natureza jurídica das empresas jornalísticas ativas (2013)



• Operadores de radiodifusão e respetivos serviços de programas

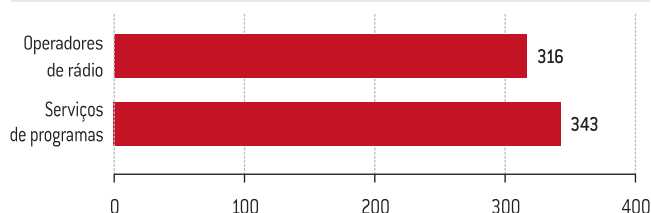
No exercício das suas competências, a ERC, durante 2013, inscreveu 12 operadores de radiodifusão.

A 31 de dezembro de 2013, encontravam-se registados 316 operadores de radiodifusão, sendo três de cobertura nacional, três de âmbito regional e 310 de cobertura local.

Relativamente aos respetivos serviços de programas, encontravam-se registados, em 2013, 343 serviços de programas, sendo seis nacionais, cinco regionais e 333 de âmbito local.

A figura 5 representa a totalidade dos operadores de televisão e respetivos serviços de programas registados.

Fig. 5 – Operadores de radiodifusão e serviços de programas ativos (2013)

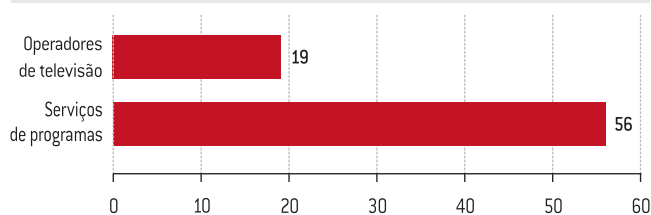


• Operadores de televisão e respetivos serviços de programas

Em 2013, encontravam-se ativos 19 operadores de televisão e 56 serviços de programas.

A figura 6 representa a totalidade dos operadores de televisão e respetivos serviços de programas registados.

Fig. 6 – Operadores de televisão e serviços de programas ativos (2013)

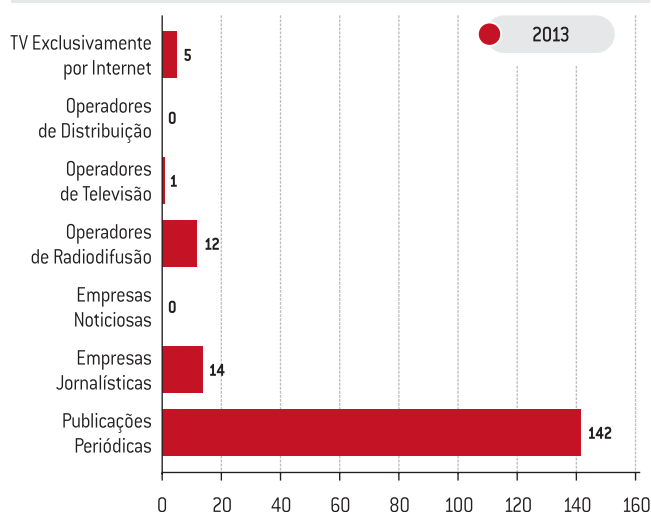


• Operadores de distribuição

Durante 2013 não foi requerida à ERC qualquer inscrição de operadores de distribuição, tendo-se mantido o mesmo número de operadores que existiam desde 2010, ou seja, nove.

• Serviços de programas difundidos exclusivamente por internet

Fig. 7 – Registos de inscrições dos órgãos de comunicação social (2013)



Em 2013, foram requeridas à ERC 5 inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente por internet.

Face ao que ficou dito atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2013, a 174 inscrições no universo dos órgãos sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na figura 7.

3.2. AVERBAMENTOS

O averbamento é um ato registal complementar que visa consignar uma alteração à inscrição preexistente.

Assim sendo, para que o registo da ERC cumpra a função de espelhar fidedignamente a realidade do setor, o legislador no art.º 8.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, prevê que as alterações supervenientes aos elementos constantes do registo sejam efetuadas no prazo máximo de 30 dias após a sua verificação.

Durante 2013, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 1269 averbamentos aos elementos constantes dos registos.

3.3. CANCELAMENTOS

O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter o registo dos órgãos de comunicação social atualizados, visto que os proprietários destes órgãos, na maior parte das vezes, não comunicam à ERC o fim da edição das suas publicações ou da cessação da atividade da sua empresa (art.º 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

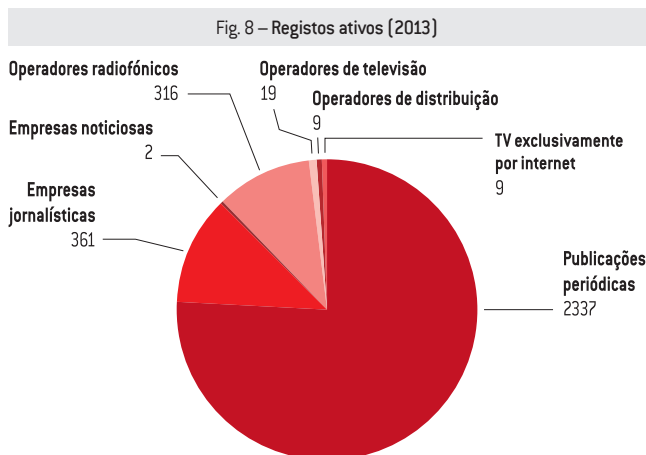
Assim, A ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

1. Nas publicações periódicas:
 - Cessação da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição.
2. Nas empresas jornalísticas:
 - Cessação da atividade da empresa;
 - Deixe de ser proprietária de publicações periódicas.
3. Empresas noticiosas:
 - Cessação da atividade da empresa.
4. Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:
 - Cessação da validade da licença ou autorização.

Durante 2013, foi na imprensa escrita que se verificou o maior número de cancelamentos: 109, dois quais 51 foram oficiosos.

4. CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS E MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2013, encontram-se ativos 3053 registos, distribuídos pelas diversas categorias dos órgãos de comunicação social conforme figura 8.



4.1. PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

Em 2013, encontram-se ativas 2337.

Do universo das publicações editadas em 2013, 654 são jornais, sendo 56 diários, 197 semanais, 128 quinzenais e 188 mensais.

4.2. EMPRESAS JORNALÍSTICAS

Em 2013, encontram-se ativas um total de 361 empresas jornalísticas, destacando-se com maior expressão as sociedades por quotas com 289 e as 34 sociedades anónimas.

4.3. EMPRESAS NOTICIOSAS

No mesmo ano, encontravam-se inscritas 2 empresas noticiosas.

4.4. OPERADORES RADIOFÓNICOS

No que concerne aos operadores radiofónicos, encontram-se ativos 343 serviços de programas, distribuídos por 316 operadores.

4.5. OPERADORES DE TELEVISÃO

Em 2013, encontram-se inscritos 19 operadores e 56 serviços de programas.

4.6. OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

Durante 2013, estavam inscritos nove operadores de distribuição.

4.7. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE PELA INTERNET

Em 2013, houve cinco novas inscrições de serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet.

Os elementos obrigatórios de registo relativamente a cada um dos meios e órgãos de comunicação social estão elencados no anexo único.

5. SÍNTESE CONCLUSIVA

Durante 2013, a fim de garantir a fiabilidade e segurança jurídica dos elementos registados na sua Unidade de Registos, a ERC deu continuidade ao trabalho de verificação dos órgãos que, pela sua natureza, se encontram sujeitos a registo e que continuam ativos, no sentido de proceder ao cancelamento oficioso de todos aqueles que cessaram a sua atividade, ou que não observaram a periodicidade que consta do seu registo ou, ainda, quando se tenha verificado a cessação da validade da licença ou autorização sem que tivessem dado conhecimento à ERC.

A ERC, no uso das suas competências, praticou, neste período, um total de 1786 atos registais: 1269 averbamentos, 174 inscrições e 264 cancelamentos, dos quais 51 foram efetuados oficiosamente.

Em relação ao ano transato, houve um aumento significativo, na ordem dos 30 %, do número de pedidos de registos que deram entrada na Unidade de Registos.

Assim, a 31 de dezembro de 2013, encontravam-se ativas as seguintes inscrições:

- > Publicações Periódicas – 2337;
- > Empresas jornalísticas – 361;
- > Empresas noticiosas – 2;
- > Operadores de radiodifusão – 316;
- > Serviços de programas de radiodifusão – 343;
- > Operadores de Televisão – 19;
- > Serviços de programas de televisão – 56;
- > Operadores de distribuição – 9;
- > Serviços de programas difundidos exclusivamente por internet – 9.

Constituindo a atualização dos registos uma constante preocupação da ERC, os pedidos de averbamento, de renovação de licenças e de autorizações efetuados pelos diversos órgãos de comunicação social, dão um contributo significativo na atualização dos elementos registados e, conseqüentemente, na fiabilidade da informação disponibilizada ao público sobre esses mesmos órgãos que operam em Portugal.

ANEXO ÚNICO

Elementos dos registos:

- > **Publicações periódicas** – título, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, domicílio ou sede do requerente, nome, nacionalidade e sede do editor, assim como, se for o caso, indicação da sua representação permanente em Portugal [n.º 1, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
 - > **Empresas jornalísticas** – denominação da empresa e sua natureza jurídica, sede, capital social, relação discriminada dos seus titulares e identificação dos titulares dos órgãos sociais [n.º 2, do art.º 17.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
 - > **Empresas noticiosas** – nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, domicílio ou sede da entidade proprietária, capital social, relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais e nome do diretor de informação [art.º 24.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
 - > **Operadores de rádio** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, localização das instalações emissoras, nome de canal de programa, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações, identificação do estabelecimento a partir do qual é difundida a emissão [art.º 28.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
- Refira-se que os averbamentos das alterações que impliquem um processo de autorização prévio, são oficiosamente efetuados pela ERC [segunda parte do art.º 8.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
- > **Operadores de televisão** – identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, classificação dos serviços de programas quanto ao âmbito de cobertura e quanto ao conteúdo da sua programação, data da emissão e prazo da licença ou da autorização, bem como a data das respetivas renovações [art.º 33.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
- Relativamente aos averbamentos de alterações, é igualmente válido o que acima se mencionou, sobre este assunto, para os operadores de rádio.
- > **Operadores de distribuição** – identificação e sede do operador, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais, serviços de programas que compõem a sua oferta e respetiva ordenação, data de emissão e prazo da licença, bem como das suas renovações, quando aplicáveis [art.º 36.º A do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho].
 - > **Serviço de programas distribuídos exclusivamente por internet** – designação do serviço de programas, identificação do operador e do seu domicílio ou sede, capital social e relação discriminada dos seus titulares, identificação dos titulares dos órgãos sociais [n.º 3, do art.º 5.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, conjugado com o n.º 8, do art.º 13.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho].

SONDAGENS

INTRODUÇÃO

O objetivo central do presente capítulo consiste na caracterização do panorama da produção e publicação de sondagens submetidas à ação reguladora em 2013, procurando identificar algumas tendências evolutivas do setor. Atendendo a que o ano em análise ficou marcado pela realização de eleições autárquicas, dar-se-á especial atenção a esse facto, como em 2009 e 2012, período em que também se realizou um escrutínio autárquico nacional. Não obstante, poderão ser consultadas séries temporais mais longas sempre que se justificar para efeitos de análise.

Os elementos estatísticos que constituem a base da análise aqui desenvolvida resultam do tratamento de informação disponível nas bases de dados do Portal das Sondagens (em vigor desde 2011), as quais acompanham o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens), indicando-se, sempre que tal se justificar, as alterações metodológicas e de nomenclatura resultantes da adaptação das informações pré-existentes ao Portal das Sondagens.

À semelhança do expediente utilizado em anos anteriores, a divulgação de sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida pela *MediaMonitor*, com base no serviço de *clipping* contratado pela ERC, complementada com a pesquisa direta *online* a partir de parâmetros inscritos nas fichas técnicas de depósito (clientes, entidade responsável, datas de campo, universo alvo, etc.). Por sua vez, o acompanhamento e registo das sondagens foi realizado através do Portal das Sondagens, continuando a ERC a disponibilizar os depósitos para consulta pública no seu portal eletrónico de acordo com as regras fixadas pela Deliberação 1/SOND/2009. Realce-se que a possibilidade de consulta pública dos depósitos decorreu de uma iniciativa do Regulador no sentido de reforçar a transparência e a confiança nas sondagens.

O presente capítulo estrutura-se em torno de cinco pontos centrais. O primeiro ponto caracteriza de forma genérica o panorama das sondagens em 2013. O segundo ponto apresenta as características metodológicas das sondagens depositadas. O terceiro observa os dados relativos à divulgação de sondagens. O enfoque do quarto ponto incide sobre os estudos eleitorais depositados durante o ano de 2013. Finalmente, o quinto ponto apresenta dados acerca dos procedimentos e dos atos deliberatórios que daí resultaram.

1. CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAGENS

1.1. ENTIDADES CREDENCIADAS

À data de 31 de dezembro de 2013, o universo das empresas credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era composto por 17 entidades (Fig. 1), o que representa mais duas licenças face ao total de credenciações verificado no final de 2012 (15 entidades).

Em termos evolutivos, e olhando apenas para as 15 entidades que transitaram licença de 2012, há a assinalar a verificação da caducidade da credenciação da Euroexpansão, por ausência de depósitos num período de dois anos consecutivos, e a renovação das credenciais de 9 entidades, prorrogando por novo período de três anos a validade das suas licenças.

Em matéria de atribuição de credenciações verificou-se a acreditação de quatro empresas: a Apeme, a G.Triplo, a Metris e a Sociologist. Em termos de histórico, as três primeiras distinguem-se da Sociologist por já terem sido credenciadas no passado para a realização de sondagens (a Metris entre 2001 e 2004, a Apeme entre 2006 e 2012 e a G.Triplo entre 2008 e 2013).

Fig. 1 – Situação das entidades credenciadas pela ERC a 31 de Dezembro de 2013

Apeme – Área de Planeamento e Estudos de Mercado, Lda.	(Re)credenciação
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.	Renovação
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.	–
Daemon Quest Portugal, S.A.	–
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	Renovação
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.	Renovação
G.Triplo – Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.	(Re)credenciação
GBN – Gabinete de Estudos de Mercado, Lda.	–
Gemeo – Gabinete de Estudos de Mercado e Opinião do IPAM, Lda.	Renovação
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.	Renovação
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.	Renovação
Markttest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	Renovação
Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.	(Re)credenciação
Norma-Açores – Soc. de Estudos e Apoio ao Desenvol. Regional, S.A.	–
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.	Renovação
Sociologist – Consultoria, Assistência Técnica e Estudos Sócio-económicos, Lda.	Nova credenciação
UCP/CESOP – Centro de Estudos e Sondagens de Opinião da Universidade Católica Portuguesa	Renovação

A realização de sondagens reage à sazonalidade eleitoral. À proximidade das eleições corresponde um aumento dos estudos depositados, variando o perfil dos seus responsáveis com a natureza das mesmas

(autárquicas, legislativas, presidenciais, etc.) e a concentração dos depósitos no tempo com o tipo (regular ou antecipado) dos atos eleitorais. Evidentemente que o contexto social e político específico de cada eleição também afetará o movimento dos depósitos, mas essa será uma análise mais casuística e de âmbito politológico que não se enquadra no objeto deste relatório. Quando as eleições são repentinas e inesperadas, tende a haver picos de estudos pré-eleitorais, como se verificou em 2007 com as eleições intercalares para a Câmara Municipal de Lisboa (15 depósitos no espaço de 2 meses) ou em 2011 com as eleições legislativas antecipadas (19 depósitos nos 12 dias de campanha eleitoral). Por sua vez, nas eleições regulares também é possível e normal a ocorrência de picos de depósitos com a aproximação da data das eleições, decorrentes das dinâmicas da corrida eleitoral e das estratégias de cobertura que forem seguidas pelos *media*. Todavia, nas eleições regulares o movimento de depósitos começa a manifestar-se com muito mais antecedência, no caso das eleições autárquicas cerca de um ano antes da data das eleições.

Quanto à natureza dos atos eleitorais, o histórico de depósitos permite diferenciar dois perfis-tipo de empresas por âmbito dos estudos e clientes com que operam: i) um grupo alargado de empresas que predominantemente trabalham com clientes regionais/locais e com maior presença de depósitos em anos autárquicos; e ii) um grupo mais restrito de empresas que tanto trabalham em estudos regionais/locais mais ou menos pontuais, como produzem e depositam regularmente barómetros políticos nacionais com difusão nos principais órgãos de comunicação social. Este segundo grupo coincide com as empresas com mais depósitos anuais registados na ERC, sendo o Ipom a exceção, por operar mais a nível regional/local, verificando-se a sua presença apenas nos anos de 2009 e 2013 (anos de eleições autárquicas) (v. Anexo Fig. A1).

Caracterizando-se o ano de 2013 como um ano regular de eleições autárquicas, era expectável registar-se mais atividade no setor num período alargado de tempo. Como os dados demonstram, o mercado diversificou-se aumentando o número de empresas a depositar sondagens (14, contra 12 em 2009), superando o registo de 2009 (13) e igualando o número verificado em 2006. Desde essa data, apenas em 2007 se verificou maior diversidade quanto ao número de entidades com sondagens políticas registadas na ERC (16) (v. Anexo). Também se pode concluir, no caso concreto das sondagens autárquicas, que se verificou atividade num período alargado de tempo, contabilizando-se nos últimos meses de 2012 um total de treze depósitos com análise da intenção de voto autárquico.

Não obstante, o mercado dos estudos depositados acabou por se concentrar em 2013, já que a empresa dominante, a Eurosondagem, aumentou a sua quota de mercado de 37,5 % em 2012 para 45,8 % (Fig.2). Comparativamente ao anterior ano em que se verificaram eleições autárquicas, 2009, essa concentração ganha ainda mais

relevância, já que na altura as quotas maioritárias se dividiam entre a Intercampus (25 %) e a Eurosondagem (24,5 %), registando-se ainda outras quatro entidades (Aximage, Ipom, Marktest e UCP/CESOP) com quotas superiores a 9 %. Em 2013, além da dominante Eurosondagem (82 depósitos), só o Ipom (12,3 %, correspondentes a 22 depósitos) teve uma quota de depósitos superior a 9 %, fixando-se a diferença entre estas duas empresas em 60 depósitos, mais de um terço do total de registos de 2013. Das restantes entidades credenciadas, apenas mais três (Aximage (8,4 %), Pitagórica (8,4 %) e UCP/CESOP (6,1 %)) passaram a dezena de depósitos. Das restantes nove entidades, nenhuma efetuou mais do que seis depósitos em 2013, sendo de destacar deste conjunto de menor expressão a Marktest (3,4 %) e a Intercampus (1,1 %), empresas que entre 2006 e 2011 detinham grande presença no mercado, sobretudo pela realização dos seus barómetros políticos regulares que entretanto foram cessados ou interrompidos.

Fig. 2 – Número de sondagens depositadas por empresa (2009, 2012 e 2013)*

Empresa	2009	%	2012	%	2013	%	Var. Abs. 2009-2013
Eurosondagem	48	24,5	24	37,5	82	45,8	▲
Ipom	20	10,2	3	4,7	22	12,3	▲
Aximage	23	11,7	14	21,9	15	8,4	▼
Pitagórica	–	–	4	6,3	15	8,4	–
UCP	18	9,2	4	6,3	11	6,1	▼
Marktest	19	9,7	8	12,5	6	3,4	▼
Gemeo	8	4,1	2	3,1	6	3,4	▼
Domp	3	1,5	1	1,6	6	3,4	▲
Sociologist	–	–	–	–	6	3,4	–
G.Triplo	1	0,5	–	–	5	2,8	▲
Intercampus	49	25	1	1,6	2	1,1	▼
Aperne	–	–	–	–	1	0,6	–
Consulmark2	1	0,5	–	–	1	0,6	=
GBN	–	–	–	–	1	0,6	–
Norma Açores	–	–	1	1,6	–	–	–
Spirituc	–	–	1	1,6	–	–	–
Daemon Quest	–	–	1	1,6	–	–	–
Eurequipa	4	2	–	–	–	–	–
Euroexpansão	1	0,5	–	–	–	–	–
Netsonda	1	0,5	–	–	–	–	–
Total	196	100,0	64	100,0	179	100,0	–

Total de entidades que depositaram sondagens N=13 (2009); N=12 (2012); N=14 (2013).

* A tabela encontra-se ordenada de forma decrescente pelo ano de 2013.

Além da diversificação e concentração do mercado, acima explanadas, são ainda de destacar os seguintes aspetos relativos ao ano de 2013: O reforço da Eurosondagem, agora pelo quarto ano consecutivo, como a empresa mais representativa do setor;

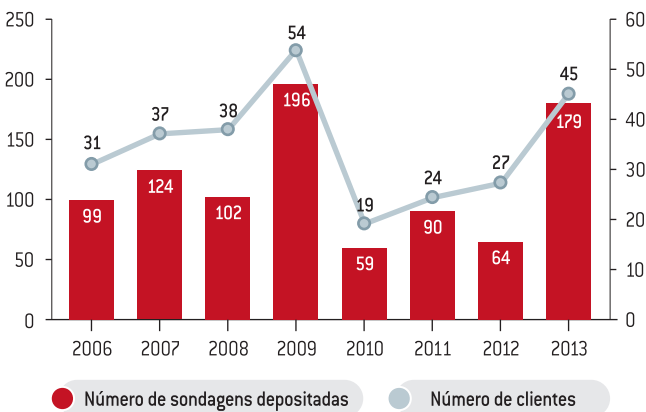
- > A manutenção da Pitagórica, com a continuação do barómetro político mensal iniciado em outubro de 2012 para o jornal i, no grupo mais restrito de empresas que realizam sondagens periodicamente difundidas por órgãos de comunicação social nacionais;
- > A continuidade do barómetro político da Marktest, a expensas da própria empresa desde que terminou a parceria com a TSF e o Diário Económico/ETV no final de 2011, com a divulgação autónoma dos resultados de seis vagas (janeiro, maio, julho, setembro, outubro e novembro) no seu *website* e *newsletters*;
- > A presença quase inexpressiva da Intercampus, pelo segundo ano

consecutivo, no mercado dos estudos depositados, o que contrasta com a posição dominante verificada no ano eleitoral autárquico de 2009;

- > A entrada da Sociologest como nova empresa no mercado, posicionando-se no segmento dos estudos regionais/locais (com 3,4% dos depósitos).

O aumento da atividade traduziu-se naturalmente no crescimento dos depósitos e dos clientes das sondagens, destacando-se a similitude dos números registados nos anos de 2013 e 2009 (179 depósitos com 45 clientes e 196 depósitos com 54 clientes, respetivamente) face aos restantes períodos (Fig. 3).

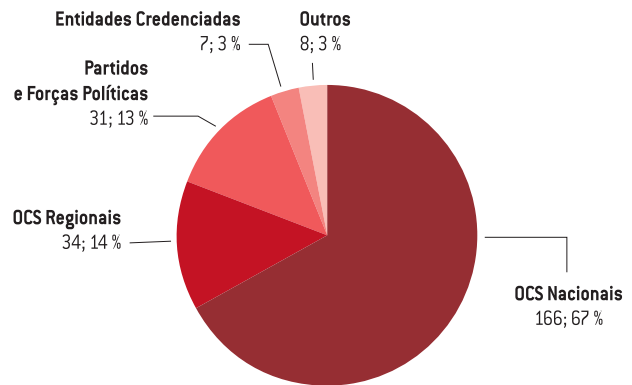
Fig. 3 – Número de clientes e de sondagens depositadas (2006 a 2013)



Seguindo uma tendência já verificada em anos anteriores, uma parte dos estudos depositados é associada a mais do que um cliente. Daí que ao total dos 179 depósitos verificados em 2013 correspondam 264 entradas de clientes. De uma forma geral, reproduziram-se as parcerias já observadas no ano de 2012 nos barómetros políticos mensais (Eurosondagem / SIC / Expresso; UCP-CESOP / RTP / Antena 1 / Diário de Notícias / Jornal de Notícias; e Aximage / Correio da Manhã / Jornal de Negócios). A única exceção a assinalar, e apenas para as sondagens de âmbito autárquico, foi a autonomização do Jornal de Notícias face ao seu habitual consórcio, publicando, nos quatro meses anteriores às eleições, um total de 33 sondagens realizadas pela Eurosondagem em 15 concelhos do Continente e Ilhas.

Agrupando os clientes identificados nas fichas técnicas de depósito por tipo, consoante a sua área de atividade (*media*, forças políticas e outros) e natureza (nacionais ou regionais, apenas no casos dos *media*), é possível observar a predominância assumida pelos órgãos de comunicação social nacionais (67%), secundada ao longe e quase com igual peso pelos órgãos regionais e pelas forças políticas (14% e 13%, respetivamente). Com uma expressão já muito reduzida aparecem os estudos realizados a expensas e por interesse das

Fig. 4 – Tipo de Clientes de sondagens em 2013 (em número e em percentagem)



próprias entidades credenciadas (Marktest e Domp) ou encomendados por outros tipos de entidades, onde sobressaem as empresas de consultoria (ambos com 3%) (Fig. 4).

Em termos de importância dos clientes, medida pela presença em depósitos, destacam-se, nos *media* nacionais, o Jornal de Notícias (39), a SIC (30) e o Expresso (29), os quais além de terem divulgado os barómetros políticos regulares, com enfoque na política nacional, também apostaram em força na encomenda de sondagens autárquicas (v. Anexo Fig. A2). Dentro das forças políticas, evidenciam-se as concelhias dos dois maiores partidos, PSD (10) e PS (7), e dentro dos órgãos de comunicação social regionais, destacam-se o *Jornal de Leiria* (7) e o *Verdadeiro Olhar* (6).

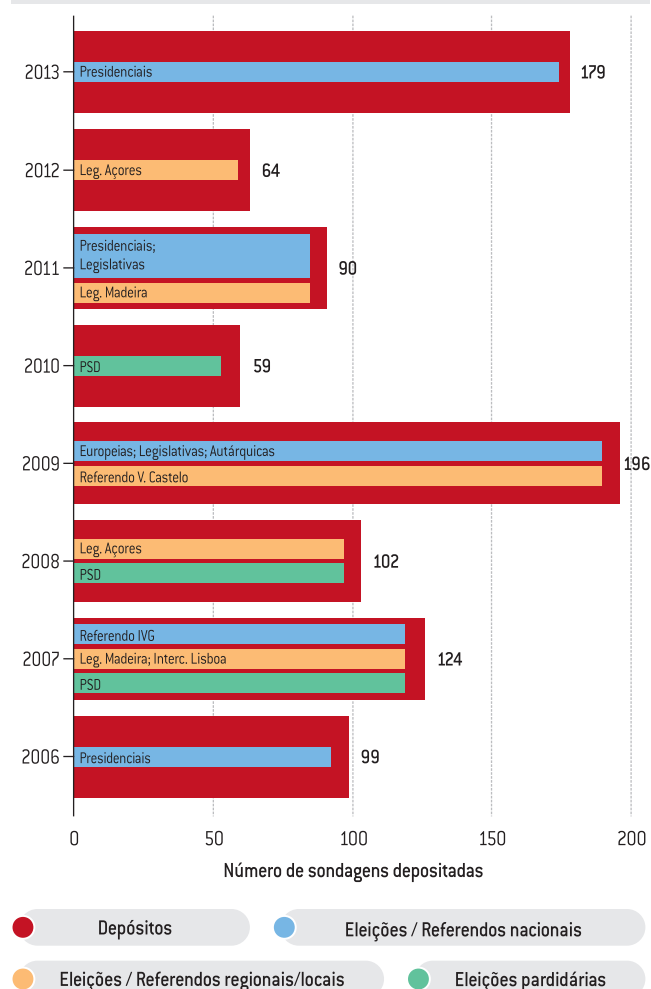
1.2. DEPÓSITOS¹

No ano de 2013 foram efetuados 179 depósitos de sondagens. Pode-se observar que este número quase triplicou (representado um crescimento de 180%) se comparado com o valor registado em 2012, período em que foram depositadas 64 sondagens. No entanto, o número de depósitos em 2013 registou um decréscimo de 8,7% face ao total observado em 2009, ano em que se realizaram as anteriores eleições autárquicas.

A análise longitudinal dos dados, referentes aos depósitos de sondagens entre os anos de 2006 e 2013, mostra que estes registaram uma subida significativa no último ano, apesar de não atingir o número de observações do ano de 2009 (Fig. 5). No entanto, verificamos que 2009 foi um ano de grande intensidade eleitoral, tendo-se realizado eleições europeias, legislativas e autárquicas e um referendo regional, contrariamente ao ano de 2013, em que só se realizaram eleições autárquicas. Assim, podemos afirmar que em 2013 o número de sondagens depositadas foi superior à média dos últimos anos (114) e que comparativamente a 2009 houve um maior investimento em

1 Consideram-se **depósitos** as sondagens que são entregues pelas entidades credenciadas para apreciação da ERC, ao abrigo da Lei das Sondagens.

Fig. 5 – Distribuição anual das sondagens depositadas e dos atos eleitorais realizados (2006 a 2013)



Total de depósitos N=913 (2006-2013).

sondagens, particularmente daquelas que se debruçaram sobre as intenções de voto autárquico (131 depósitos em 2013 contra 103 no ano de 2009, o que representa um crescimento superior a 27 %).

1.3. TEMAS ABORDADOS

1.3.1. A abordagem dos temas das sondagens

As sondagens depositadas na ERC são classificadas quanto às temáticas sobre as quais incidem. O plano de codificação utilizado para esta classificação foi elaborado com o objetivo de contribuir para responder de forma adequada às obrigações da regulação no domínio das sondagens e inquéritos de opinião, de acordo com o disposto no Artigo 1.º da Lei da Sondagens (10/2000, de 21 de junho).

A tipologia temática está organizada em três níveis: no primeiro nível encontramos nove grandes grupos temáticos, sendo oito deles procedentes do disposto no já referido Artigo 1.º da Lei das Sondagens e o nono criado especificamente para identificar segmentos de sondagens ou estudos depositados que não se insiram no âmbito do citado

diploma. No segundo e terceiro nível de análise temática estes grandes grupos temáticos de classificação das sondagens de opinião decompõem-se por temas e por referências temáticas, sendo cada um destes níveis mais específico e pormenorizado que o anterior.

1.3.2. Os temas abordados em 2013

Os dados relativos à distribuição dos depósitos de acordo com os grandes grupos temáticos mostram que aqueles que se referem à *intenção e sentido de voto*, à *avaliação dos órgãos e atores políticos* e às *atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes*, manifestaram uma presença mais acentuada nas sondagens de 2013.

A quase totalidade dos depósitos continha uma ou mais questões acerca da *intenção e sentido de voto* (97,2 %). O interesse permanente que os temas eleitorais despertam, tanto entre os clientes das empresas de sondagens como entre o público consumidor das mesmas, terá sido acentuado pelo facto de se terem realizado eleições autárquicas.

Questões acerca da *avaliação dos órgãos e atores políticos* por parte da opinião pública, estão presentes em quase metade das sondagens depositadas na ERC, durante o ano de 2013. O *Governo* e o *Poder Local* foram os órgãos cuja imagem (notoriedade e popularidade) foi mais escrutinada (22,3 %), seguidos de muito perto pela *Presidência da República* e pelos *partidos políticos* (21,8 %). Nos casos em que o enfoque temático incidiu sobre as *Atividades dos órgãos constitucionais e seus representantes*, mantém-se a relevância do *Governo* e do *Poder Local* presentes em 17,3 % das sondagens depositadas.

A análise relativa a questões mais estruturais, como sejam o funcionamento do *sistema político* e as *competências e organização dos órgãos constitucionais e dos seus representantes*, não têm um peso significativo no universo dos estudos de opinião, podendo este ser um fator indicativo do reconhecimento de estabilidade política e institucional da sociedade portuguesa (v. Anexo Fig. A3).

Como já foi referido, cada grupo temático agrega um conjunto de temas que, por sua vez, se desdobram em referências temáticas com um maior grau de especificidade. Em 2013, foram registadas 870 referências temáticas. A leitura da Figura 6 apresenta uma análise das mais proeminentes, pertencentes aos três grupos temáticos mais frequentados. A observação mais minuciosa destas referências mostra que dentro do grande grupo temático *Intenção e sentido de voto* se destacaram as questões relativas ao *voto autárquico* (73,2 %), sendo a predominância deste tema inteiramente justificado pela realização de um escrutínio com vista à eleição de órgãos locais. O *voto legislativo* e o *voto anterior* seguem-se neste *ranking* de referências temáticas, apesar de terem uma relevância consideravelmente menor no total das sondagens depositadas (respetivamente 32,4 % e 22,3 %).

Fig. 6 – Principais temas abordados pelas sondagens (2013)

Grupo temático	Referências temáticas	2013	
		Depósitos	%
Grupo 5 Intenção e sentido do voto	Voto autárquico	131	73,20
	Voto legislativo	58	32,40
	Voto anterior	40	22,30
	Intenção de ir votar	31	17,30
Grupo 3 Avaliação dos órgãos e atores políticos	Imagem do Presidente da República	38	21,2
	Imagem dos líderes partidários	37	20,7
	Imagem do Primeiro-Ministro	34	19,0
	Imagem de candidatos a órgãos de poder local	26	14,5
	Imagem do Governo	24	13,4
	Imagem da atividade autárquica	16	8,9
	Imagem dos Tribunais	14	7,8
	Confiança para 1.º Ministro	13	7,3
	Situação económica pessoal e familiar	13	7,3
	Imagem de candidatos presidenciais	11	6,1
	Imagem dos Ministros	10	5,6
	Imagem de antigos Primeiros-Ministros	10	5,6
	Imagem de membros de partidos	10	5,6
Grupo 1 Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	Balanço da governação autárquica	21	11,7
	Expetativas em relação à ação governativa	18	10,1
	Questões/problemas locais/concelhios	16	8,9
	Políticas Fiscais/Financeiras	14	7,8
	Ação governativa (em geral)	11	6,1

Nota: Encontram-se registados os temas que foram abordados em mais de 5 % dos depósitos de 2013.

Total de depósitos – N=179 (2013); Total de temas distintos registados – 97 (2013); Total de referências temáticas – 870 (2013).

Os barómetros políticos regulares representam um segmento importante do total de sondagens depositadas. As cinco empresas que realizaram Barómetros – Aximage, Eurosondagem, Marktest, Pitagórica e UCP/CESOP – incluem nestas pesquisas questões acerca da avaliação dos órgãos e atores políticos. Assim, mais de um quinto das sondagens depositadas têm referências temáticas à *imagem do Presidente da República, dos líderes partidários* e do *Primeiro-Ministro*, assumindo alguma preponderância no total de temas abordados ao longo do ano. O barómetro político mensal da Eurosondagem inclui ainda questões sobre a imagem dos Tribunais, do Parlamento e do Ministério Público e representa cerca de 7 % do total dos depósitos. Valores idênticos recolhem as referências temáticas à confiança para Primeiro-Ministro, no Barómetro da empresa Aximage, e imagem dos potenciais ou efetivos candidatos à Presidência da República, do Barómetro realizado pela Pitagórica.

Uma em cada dez sondagens depositadas, em 2013, inclui questões sobre as expetativas de desempenho do Governo e 11,7 % questiona os inquiridos acerca do balanço que fazem do poder autárquico. Esta última referência temática ilustra bem a já referida sazonalidade das sondagens, que apresentam alterações substantivas motivadas pelos ciclos eleitorais.

2. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAGENS

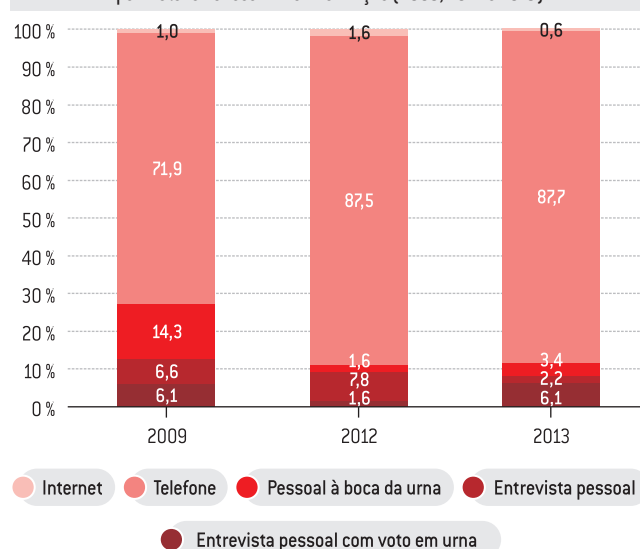
2.1. MÉTODO DE RECOLHA DAS SONDAGENS

O método de recolha de informação é um dos elementos obrigatórios na ficha técnica de depósito. Como se pode observar na Figura 7, a

utilização do telefone foi o meio de recolha de informação mais utilizado, à semelhança do observado nos anos de 2009 e 2012. No entanto, releva desta análise, e para os dois períodos mais recentes, um considerável decréscimo de depósitos de sondagem cujo método de recolha tenha sido pessoal, particularmente dos estudos com entrevista à boca de urna. Todavia, é preciso não esquecer que em 2009 se realizaram três atos eleitorais e a crise económica ainda não tinha atingido o mercado de forma pungente.

A entrevista pessoal com recolha de voto apresentou em 2013 valores semelhantes aos verificados em 2009. É ainda de destacar que a inquirição com recurso à internet é completamente residual no conjunto dos três anos observados.

Fig. 7 – Número de sondagens depositadas, por método de recolha de informação (2009, 2012 e 2013)



Total de depósitos N=196 (2009); N=64 (2012); N=179 (2013).

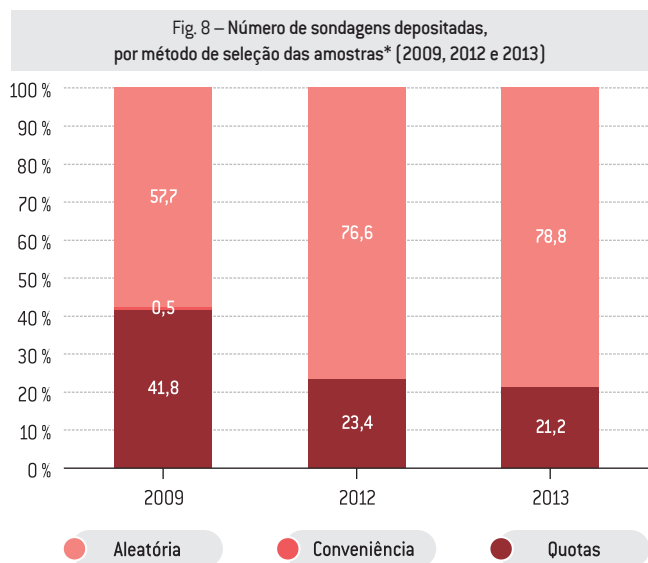
2.2. MÉTODO DE SELEÇÃO DE AMOSTRAS

Os métodos de seleção de amostras de sondagens mais frequentemente utilizados pelas entidades credenciadas foram, no ano de 2013, a seleção aleatória e a seleção por quotas (78,8 % e 21,2 %, respetivamente) (Fig. 8).

Alargando a comparação aos anos de 2009 e 2012, é manifesta a redução significativa do recurso à seleção por quotas nos dois anos mais recentes, alteração que está em grande parte relacionada com a evolução do mercado e que reflete o aumento expressivo de depósitos da Eurosondagem e a diminuição de depósitos por parte da Intercampus e da Marktest.

2.3. ÂMBITO GEOGRÁFICO DOS ESTUDOS

As sondagens depositadas, no ano de 2013, refletem a importância que a realização de eleições autárquicas teve neste setor de atividade.

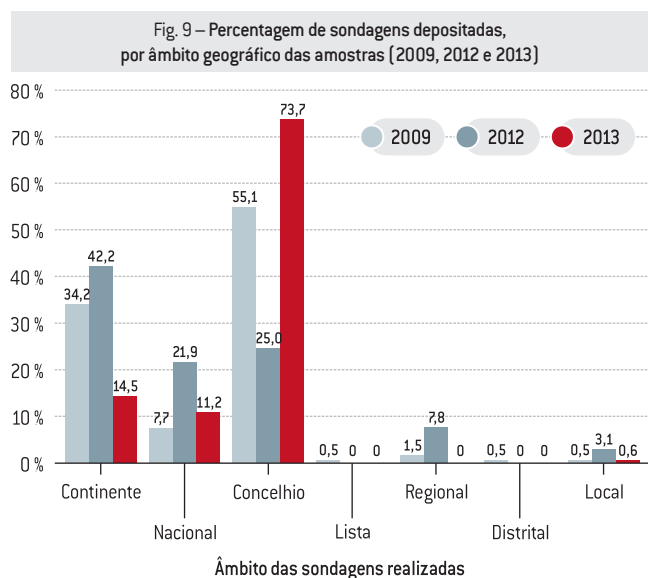


Total de depósitos N=196 (2009); N=64 (2012); N=179 (2013).

* A introdução do Portal das Sondagens motivou algumas alterações na estrutura e classificação da informação que vinha sendo seguida na anterior base de dados. Particularmente, no que se refere ao indicador relativo à seleção das amostras dos estudos depositados, optou-se por excluir o método **misto** que vinha sendo apresentado em relatórios de anos anteriores, considerando-se que a seleção aleatória das unidades que constituem a base de amostragem (normalmente residências ou números de telefone), complementada com o recurso à definição de **quotas** nas variáveis demográficas dos indivíduos a entrevistar, se enquadra no método de seleção por quotas.

No que ao âmbito geográfico diz respeito, pode-se afirmar que as sondagens com universos alvo concelhios foram aquelas que assumiram maior peso relativo no total do ano (132 num total de 179 depósitos, o que equivale a 73,7 %) (Fig. 9). Olhando para 2009, ano em que se realizaram as anteriores eleições autárquicas, e não obstante nesse período se terem realizado mais duas eleições (europeias e legislativas), temos o mesmo tipo de preponderância quanto ao âmbito geográfico dos estudos (concelhio), ainda que o valor registado (55,1 %) seja bastante inferior ao registado em 2013 (73,7 %).

Relativamente às sondagens de âmbito nacional e continental, os dois anos mais recentes apresentam valores totais muito similares, até



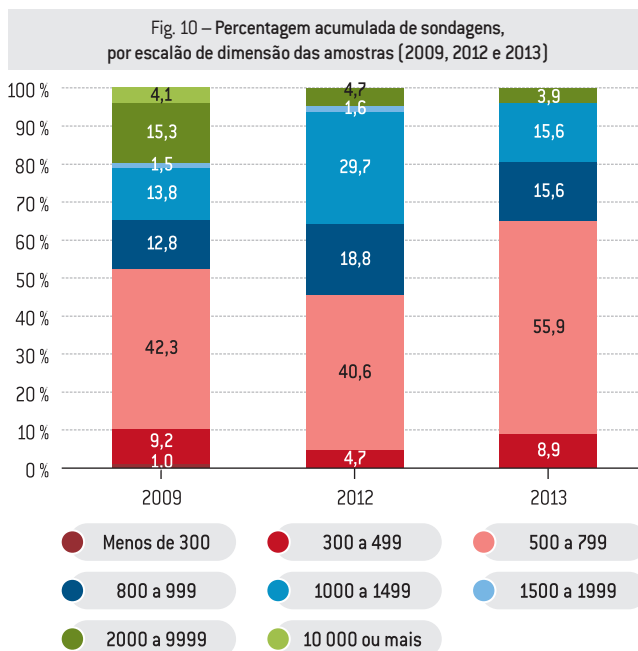
porque não se tendo realizado em 2012 e 2013 referendos ou eleições de carácter nacional (legislativas, presidenciais ou europeias) os estudos que utilizaram universos alvo nacionais e continentais foram essencialmente os barómetros políticos regulares. Por sua vez, o elevado número de sondagens de âmbito nacional e continental registado em 2009 reflete a atenção dada pelos *media nacionais*, principais clientes deste tipo de estudos, às eleições legislativas e europeias.

2.4. DIMENSÃO DAS AMOSTRAS

No ano de 2013 foram inquiridos 166 952 indivíduos, não tendo sido realizado nenhum estudo com recurso a uma amostra em que o número de inquiridos fosse inferior a 300 ou superior a 10 000.

As amostras cuja dimensão se situa no intervalo entre 500 a 799 inquirições foram as mais frequentemente utilizadas nas sondagens depositadas neste ano, sendo esta a dimensão da amostra em mais de metade do total de sondagens depositadas (55,9 %). Tendência semelhante é encontrada nos anos de 2009 e 2012. No entanto, o peso relativo do escalão que compreende o intervalo entre 500 a 799 inquiridos era menos expressivo, rondando os dois quintos do total de depósitos. De uma forma geral, e considerando a evolução nos três anos em análise, é observável, através do gráfico com a percentagem acumulada da dimensão das amostras por escalão (Fig. 10), que têm vindo a ser utilizadas progressivamente amostras mais pequenas, o que poderá refletir os efeitos da crise económica no setor, já que o tamanho da amostra é um dos fatores (a par da metodologia utilizada) que mais pesa na definição do custo dos estudos.

A dimensão média dos estudos depositados em 2013 foi de 933 inquiridos por sondagem, apesar de cerca de 65 % dos estudos realizados



Total de depósitos N=189 (2009); N=64 (2012); N=179 (2013).

ao longo do ano terem amostras cuja dimensão é inferior a 799 inquiridos. Das sete sondagens depositadas cuja dimensão da amostra é superior a 2000 indivíduos, seis delas foram elaboradas com recurso ao método de “boca da urna” e a remanescente recorrendo ao método de “entrevista com recurso a voto em urna”. Estes estudos têm amostras que se afastam de forma muito significativa do escalão mais frequentado e contribuem para compreender melhor a razão para que a média da dimensão da amostra seja ligeiramente superior ao intervalo modal.

3. DIVULGAÇÃO DE SONDAGENS²

3.1. ENQUADRAMENTO

O acompanhamento regular realizado pela ERC em matéria de sondagens de opinião, permitiu identificar a publicação ou difusão pública de 167 das 179 sondagens depositadas durante o ano de 2013 (Fig. 11). A percentagem de sondagens com divulgação identificada por ano de depósito aumentou face aos períodos precedentes (93,3 % em 2013 contra 86,2 % e 88,9 % em 2009 e 2012, respetivamente),

tendo sido identificadas divulgações para a totalidade dos estudos encomendados por órgãos de comunicação social em 2013. De referir que os doze estudos cuja divulgação pública não foi possível de identificar têm como clientes forças políticas (8 estudos), consultoras, municípios, estabelecimentos de ensino e as próprias empresas de sondagens (1 estudo cada), pelo que a difusão pública dos mesmos, a ter acontecido, ocorreu em contextos muito localizados e longe de circuitos mediáticos. Comparando com o anterior ano de autárquicas, verifica-se um aumento da capacidade do Regulador em identificar divulgações de depósitos realizadas em órgãos de comunicação social regionais (em 2009, 13 dos 27 depósitos sem divulgação identificada foram encomendados por órgãos de comunicação social), fruto da aposta no acompanhamento da informação publicada nas plataformas digitais dos órgãos locais.

Deixando de considerar o ano de depósito e alargando a análise ao total de estudos com divulgação identificada, conclui-se, face a 2009, pelo aumento do número total de sondagens publicadas (evoluindo de 173 para 177 em 2013), ainda que uma dezena desses depósitos tenha sido efetuada em anos anteriores. O número de divulgações identificadas também evoluiu no mesmo sentido, registando-se 1954 divulgações em 2013, o que representa um crescimento de 3,8 % face a 2009.

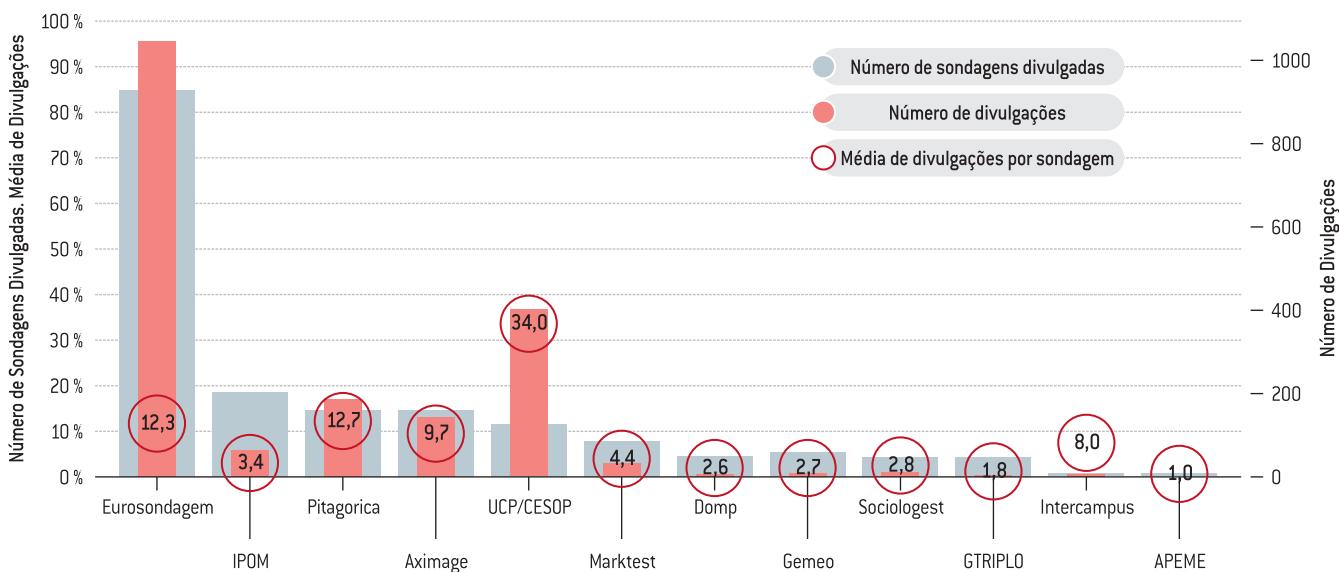
Em média publicaram-se 162,8 divulgações de sondagem por mês no ano de 2013, o que corresponde a uma média diária superior a cinco divulgações por dia. Setembro, mês do escrutínio autárquico, foi o período de maior atividade, inscrevendo os máximos do ano para os números de depósitos (71), de sondagens divulgadas (81) e de divulgações (516).

Fig. 11 – Sondagens depositadas e divulgações identificadas (2009, 2012* e 2013)

	2009	2012	2013
Sondagens depositadas	196	64	179
Sondagens com divulgação identificada (por ano de depósito)	169	56	167
Percentagem de depósitos com divulgação identificada (por ano de depósito)	86,2 %	88,9 %	93,3 %
Total de sondagens com divulgação identificada	173	60	177
Total de divulgações com depósito associado	1879	763	1954

* Dos 64 depósitos registados no ano de 2012 apenas 63 se subsumiram no objeto da Lei das Sondagens.

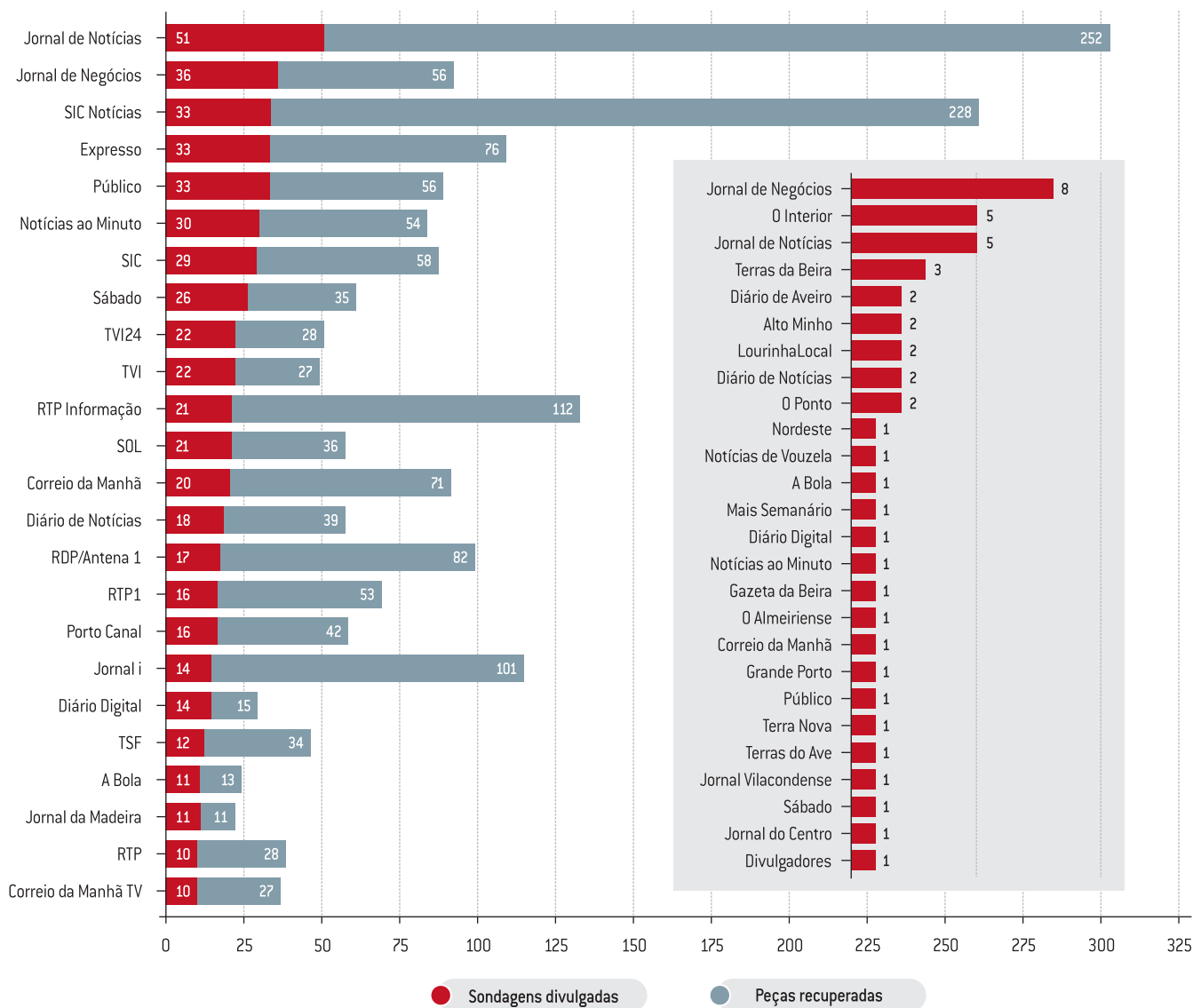
Fig. 12 – Sondagens divulgadas em 2013 por Entidade Credenciada (número total de sondagens, número total de divulgações e média de divulgações por depósito de cada empresa)



Sondagens divulgadas em 2013 N= 177 (Ano de depósito: 2013 N=167 [2013]; N=6 [2012]; N=1 [2011]; N=2 [2009]; N=1 [2005]) Total de divulgações N=1954 [2013].

2 A metodologia de contabilização das divulgações foi alvo de revisão pelo que os números do presente relatório podem apresentar ligeiras variações face aos números reportados em Relatórios de Regulação anteriores. São contabilizadas como divulgações todas as peças (de imprensa, televisão, rádio e internet) identificadas pela ERC que se subsumam no objeto da Lei das Sondagens (cf. artigo 1º da Lei N.º 10/2000, de 21 de julho).

Fig. 13 – Número de sondagens divulgadas e número de divulgações identificadas por principais divulgadores (2013) / Número de divulgações de inquéritos recuperadas (gráfico interior) *



Total de sondagens divulgadas N=177 (2013); Total de divulgações identificadas N=1954 (2013).
 Divulgações de inquéritos e de sondagens sem depósito associado N = 48 (2013 – gráfico interior).
 * Para efeitos da análise, consideraram-se “principais divulgadores” as entidades que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

O número médio de divulgações por sondagem fixou-se em 11 divulgações por depósito, o que indicia um elevado grau de propagação das sondagens, já que é número muito superior à média de clientes por depósito apurada para 2013 (1,4 clientes por sondagem). Como já foi sendo notado em relatórios anteriores, as sondagens da UCP/CESOP são as que registam a maior média de divulgações (34 divulgações por depósito). Seguem-se com uma média bastante inferior as sondagens da Pitagórica, da Eurosondagem e da Aximage (com médias de 12,7, 12,3 e 9,7 divulgações por depósito, respetivamente). Em termos de divulgações acumuladas por entidade responsável, o destaque vai todo para a Eurosondagem, totalizando 1048 divulgações derivadas de 85 depósitos, mais do dobro do atingido pela UCP/CESOP, que reúne 408 divulgações para um total de 12 sondagens publicadas (Fig. 12). Das restantes, apenas as sondagens da Pitagórica e da Aximage acumularam mais de uma centena de divulgações para

o ano de 2013 (191 e 146 divulgações, respetivamente). De resto, a análise do volume de divulgações possibilita agrupar as entidades credenciadas pelo perfil de atividade exibido em 2013, distinguindo-se, com mais de cem divulgações, as empresas que operaram regularmente, tanto a nível nacional (realizando barómetros políticos) como local (efetuando sondagens autárquicas), daquelas cuja atividade se desenrolou quase unicamente em contextos locais ou regionais, sob forte influência do calendário eleitoral vivido.

A observação das dez sondagens mais divulgadas em 2013 (v. Anexo Fig. A4) permite constatar que as mesmas foram realizadas apenas por duas entidades distintas, UCP/CESOP e Eurosondagem, cada uma responsável por cinco depósitos. Quanto ao objeto de estudo, metade incidu sobre eleições autárquicas e a outra metade sobre barómetros políticos e questões de atualidade política nacional, sendo mais

propagadas estas últimas do que as sondagens que visaram as autárquicas (280 contra 225 divulgações, respetivamente). O número máximo de divulgações identificadas (98) diz respeito ao Barómetro Político de julho realizado pela UCP/CESOP para a RTP, Antena 1, Jornal de Notícias e Diário de Notícias, o qual foi comunicado (quer sob a forma de divulgação de resultados, quer como mera referência ao estudo ou como comentário/ opinião) por 26 diferentes divulgadores num total de sete dias. Este estudo, em conjunto com os barómetros políticos de março (UCP/CESOP), de fevereiro e de junho (Eurosondagem) e a sondagem sobre a crise económica e a reforma do Estado (depositada pela UCP/CESOP em março), constituem-se como as sondagens de âmbito nacional de maior difusão. Quanto aos estudos de âmbito local, cujo foco de análise incidiu primordialmente sobre o sentido de voto autárquico, destaca-se o elevado número de divulgações associado às sondagens realizadas no Porto (70 divulgações, UCP/CESOP, e 43 divulgações, Eurosondagem) e Vila Nova de Gaia (44 divulgações, Eurosondagem, e 32 divulgações, UCP/CESOP), concelhos onde a corrida eleitoral foi muito dinâmica, com alterações no sentido de voto expresso ao longo do tempo, e onde os últimos estudos pré-eleitorais sublinhavam a incerteza do desfecho com cenários de empate técnico.

3.2. DIVULGADORES DE SONDAGENS

No cumprimento da sua função de regulador, a ERC empenha-se em monitorizar a divulgação de sondagens praticada pelos órgãos de comunicação social. No ano de 2013, verificou-se um aumento tanto do número de divulgações como do número de agentes de divulgação, passando este de 87 para 129. Pelo impacto crescente das redes sociais, dos *blogs* e dos sítios na internet de outros agentes institucionais junto dos consumidores de *media*, decidiu-se incluir também as divulgações feitas através destas plataformas nos períodos analisados.

A Figura 13 permite identificar uma presença muito forte do Jornal de Notícias e da Sic Notícias como divulgadores. No entanto, a diversidade de sondagens veiculadas pelo Jornal de Notícias é substancialmente superior, superando por 18 estudos o operador televisivo (no total 51 sondagens divulgadas pelo Jornal de Notícias contra 33 divulgadas pela Sic Notícias). No ano de 2013, quatro órgãos de comunicação social ultrapassaram as cem divulgações de sondagens, marca que em 2012 somente a Sic Notícias tinha alcançado. São eles os canais televisivos com enfoque temático noticioso – SIC Notícias e RTP Informação – e, na imprensa, o *Jornal de Notícias* e o *jornal i*.

Em 2013, a ERC definiu como critério para considerar um Órgão de Comunicação Social como principal divulgador o facto de este ter divulgado 10 ou mais sondagens diferentes ao longo do ano. 25 órgãos cumprem esse critério, representando 19,4 % do total de órgãos de comunicação que veicularam pelo menos um sondagem. Esta percentagem

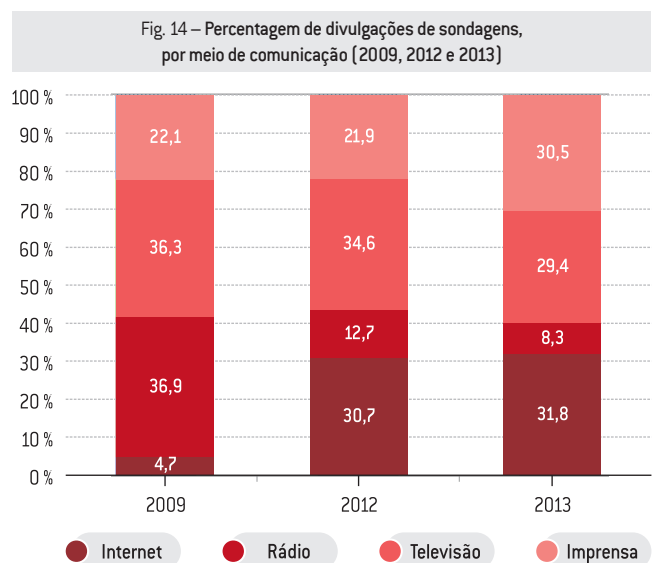
equivale a quase três vezes o valor obtido em 2012 (6 órgãos de comunicação social, representando 6,9 % do total) e é inferior aos 27,9 % apurados para 2009 (v. Anexo Fig. A5).

O número de peças divulgadas inverte estes valores, ou seja, os 25 órgãos de comunicação social que divulgaram mais de 10 sondagens em 2103 e que representam menos de 20 % do total de divulgadores, veiculam quase 80 % das peças de divulgação de sondagens observadas. Verifica-se que estes não só divulgam um volume superior de sondagens como produzem um volume muito superior de peças sobre elas (v. Anexo Fig. A6).

A análise comparativa mostra-nos que 2013 e 2009 apresentam comportamentos semelhantes tanto no peso relativo que assumem os principais órgãos de comunicação social no total de divulgadores, como na percentagem de peças sobre sondagens que os principais divulgadores veiculam. O ano de 2012 diverge um pouco deste padrão uma vez que mais de metade das peças monitorizadas foram difundidas por órgãos de comunicação social que divulgaram menos de 10 sondagens.

3.3. TIPOLOGIA DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO

A divulgação das sondagens depositadas, durante o ano de 2013, transforma a internet no meio preferencial para difundir os resultados das sondagens. Quando comparados com os dados de 2012, verificamos que a imprensa recupera algum peso, podendo indiciar um maior investimento na divulgação de sondagens por parte destes OCS. Cada um destes segmentos recolhe cerca de 30 % das divulgações identificadas (Fig.14).



Total de divulgações identificadas em estudos devidamente depositados na ERC – N=1879 (2009); N=763 (2012); N=1954 (2013).

Nos anos de 2012 e 2013, incluem-se nas percentagens referentes à Internet peças recuperadas de *blogs*/redes sociais representando, respetivamente, 1,57 % (2012) e 5,2 % (2013) do conjunto de divulgações de cada ano.

A televisão regista um decréscimo de quase 5 p.p., face ao peso relativo que tinha nas divulgações do ano anterior, e de cerca de 7 p.p., relativamente a 2009. A rádio acentuou a distância face aos outros meios, sendo, tal como em 2012, o suporte com menor número de divulgações observadas.

Na análise evolutiva entre anos de eleições autárquicas, ou seja, comparando 2009 e 2013, identifica-se a alteração substantiva do peso relativo da rádio e da internet na divulgação de sondagens, registando-se, no primeiro caso, um decréscimo de 28,6 p.p. e no segundo um aumento 27,1 p.p.

A imprensa e a televisão também inverteram a importância relativa entre estes dois anos, apesar de as variações serem menos acentuadas do que nos suportes já referidos. A imprensa registou um aumento de 8,4 p.p. (passando a sua importância relativa de 22,1 % em 2009 para 30,5 % em 2013) e a televisão uma diminuição 6,9 p.p. (passando o seu peso percentual de 36,3 % em 2009 para 29,4 % em 2013). Se, em 2009 e 2012, o meio com maior peso na divulgação de sondagens era a televisão, 2013, traz a novidade de ser a internet o meio através do qual foram publicadas mais sondagens. Verifica-se que o acréscimo de divulgações na imprensa se deve principalmente ao incremento do número de divulgações nos jornais diários e nos jornais regionais, apesar de no último caso esse crescimento ser residual.

A perda de importância da televisão como meio de divulgação de sondagens deve-se principalmente à diminuição do peso relativo destas divulgações nos canais temáticos, quando comparamos com os dados de 2012. No entanto, quando comparamos 2013 com o ano das anteriores eleições autárquicas, 2009, verificamos que a percentagem de divulgações de sondagens nas televisões generalistas diminuiu para metade.

3.4. IMPRENSA

As divulgações realizadas pela imprensa, em 2013, registaram um crescimento de mais de 256 % face ao ano anterior, fixando-se o total de divulgações identificadas para este ano em 595 peças. Em 2012 este número foi de 139 e em 2009 foi de 416 peças.

Durante o ano de 2013, os jornais diários parecem ter apostado na divulgação de sondagens, uma vez que é nesta categoria que se encontram mais de três quintos das divulgações na imprensa. Ao comparar-se com o ano de 2009, verificamos que o peso relativo da imprensa diária aumentou quase 20 p.p. (passando de 43,3 % em 2009 para 61,9 % em 2013) (v. Anexo Fig. 7).

Os jornais de economia têm vindo a divulgar um número cada vez menor de sondagens, sendo o seu peso relativo, em 2013, quase residual (2,7 %). Pelo contrário, em 2009, a imprensa económica recolhia

quase 15 % do total de divulgações observadas, refletindo a encomenda regular de sondagens realizada pelos jornais *Semanário Económico* e *Diário Económico*, à empresa Marktest. Durante parte desse ano, a rádio TSF integrou essa parceria, entretanto terminada no final do ano de 2011. Aliás, dos jornais económicos, em 2012 e 2013, apenas o *Jornal de Negócios* subsistiu como cliente de sondagens.

Em 2013, observa-se a presença de 11 publicações regionais como clientes de sondagem (v. Anexo Fig. A2). Este número é ligeiramente inferior ao verificado em 2009, ano em que 13 órgãos de imprensa regional encomendaram estudos de opinião. O peso relativo das divulgações identificadas foi ligeiramente superior, no ano de 2009 (22,8 % contra 20,3 % em 2013). No entanto, observando os valores absolutos, verifica-se que a quantidade de peças publicadas foi superior em 2013 (121 divulgações contra 38 em 2009).

O número de títulos da imprensa que divulgaram sondagens em 2013 aumentou cerca de 46 % face ao ano anterior (passaram de 34 em 2012 para 63 em 2013). Quanto aos títulos que publicaram mais peças sobre sondagens devemos destacar o *Jornal de Notícias* que sozinho acumula 36,6 % das divulgações do ano. O *Jornal i*, o *Correio da Manhã* e o *Expresso* diminuíram substancialmente o seu peso relativo, apesar de em termos absolutos terem quase duplicado o número de divulgações comparando com 2012 (Fig. 15).

Fig. 15 – Principais órgãos de imprensa, em número de divulgações publicadas (2013)

Suporte (OCS)	2012		2013	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
Jornal de Notícias	15	9,0	218	36,6
Jornal i	17	10,2	46	7,7
Correio da Manhã	21	12,6	41	6,9
Expresso	16	9,6	30	5,0
Diário de Notícias	19	11,4	26	4,4
Público	8	4,8	24	4,0
SOL	3	1,8	22	3,7
Jornal de Negócios	10	6,0	15	2,5
DN Madeira	4	2,4	13	2,2
Sábado	3	1,8	13	2,2
Jornal de Leiria	–	–	13	2,2
Jornal da Madeira	8	4,8	9	1,5
Verdadeiro Olhar	5	3,0	9	1,5
Correio do Minho	1	0,6	8	1,3
Jornal de Sintra	–	–	8	1,3
Grande Porto	2	1,2	7	1,2
O Gaiense	–	–	7	1,2
Notícias de Vila Real	–	–	6	1,0
Jornal do Centro	–	–	5	0,8
Outros órgãos de imprensa com menos do que 5 divulgações identificadas em 2013	35	21,0	75	12,6
Total	139	100,0	595	100,0
Total de órgãos divulgadores	34	–	63	–

Nota: Estão descritos os órgãos com 5 ou mais divulgações em 2013.

Os dados relativos aos últimos dois anos, 2012 e 2013, mostram a entrada para o grupo de jornais que publicaram cinco ou mais sondagens de algumas publicações regionais, como é o caso do *Jornal de Leiria* ou do *Jornal de Sintra*, presenças justificadas pelo facto de no ano de 2013 se terem realizado eleições autárquicas.

3.5. TELEVISÃO

No ano de 2013, foram divulgadas 575 peças sobre sondagens na televisão. Este número representa mais do quádruplo do valor registado em 2012 (139 divulgações), mas fica aquém das 682 difusões emitidas pela televisão em 2009 (v. Anexo Fig. A8). É de assinalar que 4,5 % das divulgações televisivas de 2013 foram emitidas numa televisão regional, o Porto Canal, o qual divulgou catorze sondagens autárquicas, quatro das quais realizadas a seu pedido para os concelhos do Porto, Matosinhos e Vila Nova de Gaia. Sobre o acompanhamento das eleições autárquicas efetuado pelo Porto Canal, é de salientar, que além da cobertura noticiosa conferida nos seus programas informativos regulares, realizou entrevistas a candidatos, apresentou o Jornal Autárquicas (conferindo destaque aos municípios da Região Norte e com emissão diária no mês de setembro) e promoveu debates em vários municípios (Porto, Matosinhos, Braga e Vila Real, entre outros) com emissão em direto.

A comparação com o ano em que se realizaram as anteriores eleições autárquicas, 2009, permite observar que se verificou um decréscimo da importância relativa dos canais generalistas.

Com recurso à análise por serviço de programas, podemos afirmar que o *ranking* referente às suas posições relativas, no que concerne ao número de peças de divulgação de sondagens, se manteve inalterado. No entanto, o peso relativo da Sic Notícias diminuiu consideravelmente passando de quase 50 % difusões identificadas, em 2012, para 37,7 %, em 2013 (Fig. 16).

Fig. 16 – Principais órgãos de televisão, em número de peças noticiosas (2012 e 2013)

Suporte (OCS)	2012		2013	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
SIC Notícias	131	49,6	217	37,7
RTP Informação	60	22,7	112	19,5
RTP1	34	12,9	53	9,2
SIC	18	6,8	53	9,2
Económico TV	–	–	43	7,5
TVI	7	2,7	27	4,7
TVI24	8	3	27	4,7
Porto Canal	–	–	26	4,5
Correio da Manhã TV	–	–	14	2,4
RTP2	6	2,3	3	0,5
Total	264	100,0	575	100,0

Face a 2012, há ainda a registar, com 14,4 % do total das difusões, a entrada de três canais no grupo de divulgadores televisivos. São eles a Económico TV (43 divulgações), o Porto Canal (26 divulgações) e a Correio da Manhã TV (14 divulgações).

3.6. RÁDIO

O número de difusões de sondagens radiofónicas, em 2013, registou um acréscimo no total de peças com conteúdo referente a sondagens (mais 65 do que 2012), contrariando um movimento de queda

identificado em anos anteriores. No entanto, esta ligeira subida no número de divulgações pode dever-se ao contexto eleitoral não constituindo uma real inversão da tendência de queda.

Como já foi salientando em anos anteriores, importa recordar que os instrumentos de supervisão da ERC captam essencialmente as estações de cobertura nacional, pelo que o número de difusões real deverá estar subestimado, particularmente no caso das rádios locais.

Dos dados recolhidos, será de realçar o aumento do peso das estações de rádio regionais, decorrente da divulgação de sondagens de cariz autárquico. A RDP/Antena 1 mantém-se como a rádio que mais divulgações realizou (82), tal como já acontecia em 2012 (Fig. 17). Esta liderança no que se refere ao número de divulgações decorre do facto desta estação de rádio integrar a parceria RTP / Antena 1 / *Diário de Notícias / Jornal de Notícias*, cliente do Barómetro Político realizado pela UCP-CESOP, a qual se estendeu, com exceção do Jornal de Notícias, à encomenda de sondagens autárquicas para os concelhos do Porto, Vila Nova de Gaia, Lisboa e Sintra.

Fig. 17 – Principais órgãos divulgadores na rádio, em número de peças noticiosas (2012 e 2013)

Suporte (OCS)	2012		2013	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
RDP/Antena 1	51	52,6	82	50,6
TSF	31	32	25	15,4
Rádio Universitária do Minho	–	–	22	13,6
Rádio Renascença	7	7,2	13	8
Rádio Comercial	3	3,1	11	6,8
Rádio Onda Livre Macedense	–	–	5	3,1
Rádio Cova da Beira	–	–	3	1,9
Rádio Lafões	–	–	1	0,6
TSF Madeira	5	5,2	–	–
Total	97	100,0	162	100,0

De destacar, no universo do rádio em 2013, que somente a RDP/Antena 1 e a Rádio Universitária do Minho encomendaram estudos de opinião. O número de rádios no papel de cliente de sondagens era muito superior em 2009, incluindo estações nacionais e regionais como a Rádio Renascença, a TSF, o Rádio Clube Português, a Rádio Onda Viva e a Rádio Antena 9.

3.7. INTERNET

A atenção concedida às divulgações de sondagens em órgãos de comunicação social de natureza ou suporte eletrónico permitiu recolher em 2013 um total de 622 peças noticiosas, mais do dobro do número de peças recolhidas em 2012 (234). Este valor transforma a internet no suporte com maior número de publicações referentes à divulgação de sondagens em 2013.

Destaca-se a importância assumida pelo sítio Notícias ao Minuto cujas divulgações identificadas cresceram exponencialmente face ao ano transato (passou de 3 divulgações identificadas em 2012 para 54 em 2013) (Fig. 18).

A divulgação de sondagens através de *blogs*, redes sociais e *sites* institucionais - empresariais ou partidários - foi incluída na análise do segmento *online* da publicação de peças acerca de estudos de opinião. É possível identificar divulgações de tipo promocional, referencial e analítico/opinativo. As primeiras referem-se, sobretudo, ao uso feito pelos OCS das redes sociais, utilizando esse meio para promover de forma breve peças acerca de sondagens e fornecer a ligação para a divulgação na sua plataforma eletrónica. As peças de tipo referencial são aquelas cujos autores apenas referenciam os resultados de um estudo, identificando o órgão e o responsável do estudo, mas sem disponibilizar a ligação à peça que deu origem à referência. As peças de carácter analítico/opinativo distinguem-se daquelas classificadas como referenciais por acrescentarem à exposição dos dados uma análise dos mesmos, que pode ser metodológica e/ou substantiva.

Fig. 18 – Principais divulgadores na internet, em número de peças noticiosas (2012 e 2013)

Suporte (OCS)	2012		2013	
	N.º de peças	%	N.º de peças	%
Sites				
Jornal i	18	7,7	55	8,8
Notícias ao Minuto	3	1,3	54	8,7
Expresso	14	6,0	46	7,4
Jornal de Negócios	22	9,4	41	6,6
Jornal de Notícias	5	2,1	34	5,5
Público	4	1,7	31	5,0
Correio da Manhã	23	9,8	30	4,8
RTP	13	5,6	28	4,5
Sábado	10	4,3	22	3,54
Porto Canal	1	0,4	16	2,6
Diário Digital	4	1,7	15	2,4
SOL	6	2,6	14	2,3
Correio da Manhã TV	–	–	13	2,1
Diário de Notícias	5	2,1	13	2,1
SIC Notícias	5	2,1	11	1,8
A Bola	7	3,0	10	1,6
TSF	2	0,9	9	1,4
Pontos de Vista	–	–	9	1,4
Rádio Universitária do Minho	–	–	7	1,1
Rádio Ocidente	–	–	7	1,1
Dinheiro Vivo	3	1,3	7	1,1
Outras	75	32,1	80	12,9
Subtotal	220	94,0	552	88,7
Outros divulgadores (natureza e plataformas não OCS)				
Blogs/Redes Sociais	14	6,0	38	6,1
Institucionais (outros divulgadores)	–	–	32	5,1
Subtotal	14	6,0	70	11,3
Total	234	100,0	622	100,0

Nota: Estão registados os órgãos com mais de 5 divulgações em 2013.

Os partidos políticos e as candidaturas independentes também utilizaram em 2013 a internet como suporte de divulgação de sondagens, principalmente para estudos encomendados pelos próprios partidos ou candidaturas. Ação semelhante foi observada por parte de algumas empresas de sondagens que publicaram estudos desenvolvidos por sua iniciativa e a expensas próprias.

4. OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2013

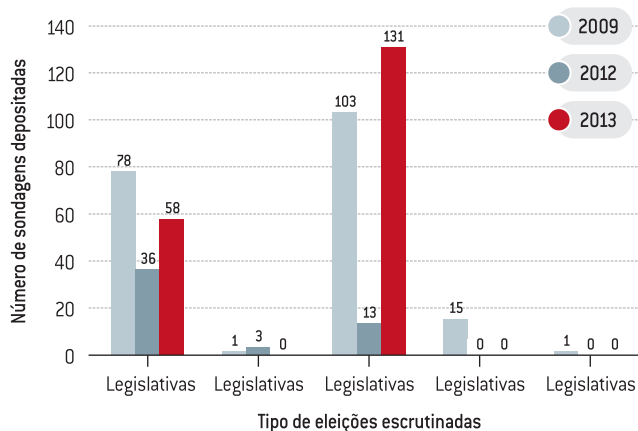
4.1. CARACTERÍSTICAS

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 174 das 179 sondagens depositadas em 2013 (97,2 %), percen-

tagem superior à verificada nos anos de 2009 e 2012 (90,8 % e 86,2 %) [Fig. 33].

Face aos dois períodos precedentes em análise, 2013 distingue-se pelo maior número de depósitos com intenção de voto autárquico, configurando um crescimento de 27,2 % face a 2009, ano em que o calendário eleitoral fez dividir a atenção e o investimento em sondagens entre três eleições de carácter regular: i) europeias, realizadas em junho e com 15 depósitos associados; ii) legislativas, realizadas em setembro e com 78 depósitos associados; e iii) autárquicas, realizadas em outubro e com 103 depósitos registados.

Fig. 19 – Número de sondagens depositadas, por tipo de intenção de voto estudada (2009, 2012 e 2013)



Total de depósitos N= 196 (2009); N=64 (2012); N= 179 (2013).

Total de depósitos que abordaram a intenção e o sentido do voto em eleições N=178 (2009); N=50 (2012); N= 174 (2013).

Comparando os dois últimos anos de autárquicas, verifica-se que cresceu o número de concelhos com intenção de voto estudada, passando de 43 em 2009 para 49 em 2013 (Fig. 20). Também é possível observar, da análise dos depósitos, que o número de concelhos com sondagens realizadas por empresas distintas aumentou (evoluindo de 12 concelhos em 2009 para 16 em 2013). Todavia, continua a ser muito mais comum verificar-se municípios em que apenas uma empresa realizou sondagens para publicação do que o contrário, fixando-se em 2013 a taxa de concelhos com sondagens de uma só empresa em 67,3 %.

Do ponto de vista regulatório seria desejável verificar maior diversidade; não que tal situação configure qualquer desrespeito pela legislação ou pelos códigos existentes sobre esta matéria, mas porque a própria teoria estatística prevê, ainda que com uma probabilidade pequena, que as sondagens podem falhar, podendo também a sua precisão espelhar o chamado 'efeito casa'. Este não é nenhum efeito obscuro ou menos transparente. Trata-se de um efeito não intencional e incontrolado decorrente das metodologias utilizadas, as quais, como é observável nas fichas técnicas publicadas, variam de empresa para empresa. No caso dos estudos com intenção de voto há ainda a

Fig. 20 – Número de empresas com depósitos de sondagens pré-eleitorais com intenção de voto legislativo por concelho (2009 e 2013)

Número de empresas a realizar sondagens por concelho	2009		2013				
	Concelhos	Número de sondagens por concelho	Concelhos	Número de sondagens por concelho			
6	Porto	13	–	–			
5	Lisboa	15	Matosinhos; Vila Nova de Gaia	10			
	Matosinhos	7					
4	Oeiras	6	Porto	12			
	Faro	5	Lisboa	10			
	Leiria	4	Sintra	7			
3	Braga	6	Braga	7			
	Alcobaça; Setúbal	3	Bragança Valongo	4 3			
2	Aveiro; Marinha Grande; Póvoa do Varzim	2	Aveiro; Vila Real	4			
			Gondomar	3			
			Faro; Oeiras; São João da Madeira; São Pedro do Sul; Vinhais	2			
1	Funchal; Horta; Santarém; Viana do Castelo	2	Viseu; Guimarães	4			
			Funchal; Viana do Castelo	3			
			Batalha; Coimbra; Guarda; Loures	2			
1	Barcelos; Câmara de Lobos; Celorico de Basto; Coimbra; Évora; Loulé; Loures; Lousada; Machico; Mangualde; Mirandela; Odivelas; Olhão; Oliveira do Bairro; Paços de Ferreira; Paredes; Penafiel; Ponte de Lima; São João da Madeira; Salvaterra de Magos; Santa Maria da Feira; Silves; Sintra; Santa Cruz; Trofa; Valongo; Vila Nova de Gaia	1	Porto de Mós; Évora; Santarém; Golegã; Leiria; Mogadouro; Chaves; Santa Maria da Feira; Cascais; Vale de Cambra; Paredes; Vagos; São Vicente; Pombal; Marinha Grande; Cinfães; Lousada; Penafiel; Covilhã; Santa Cruz; Paços de Ferreira; Alcobaça; Durém; Barcelos; Grândola	1			
			Total	43	103	49	131

considerar que a adoção de diferentes modelos de redistribuição dos indecisos (distribuição proporcional, por voto anterior, por modelos mistos, etc.) pode dar origem a projeções distintas sem que se configure necessariamente qualquer ilegalidade ou deturpação de sentido e limite dos resultados. Num cenário ideal registar-se-iam várias sondagens por concelho, da responsabilidade de várias empresas, permitindo a comparação de dados e a identificação de tendências, um pouco como acontece a nível nacional, com a publicação regular de intenções de voto legislativo de várias empresas. Por exemplo, no ano de 2013 foram publicadas sondagens sobre intenções de voto legislativo (universo alvo Portugal e Portugal Continental) da responsabilidade da Eurosondagem, da Aximage, da Pitagórica, da UCP/CESOP, da Marktest e da Intercampus (ver Figs. 21 e 22 com intenções de voto legislativo no ano de 2013 e tendência de voto legislativo desde o início da XIX Legislatura).

Evidentemente que o número de entidades que realizam sondagens por concelho está apenas dependente do mercado, variando a procura, pelo menos no caso em que os clientes são órgãos de comunicação social, de múltiplos fatores tais como: a importância do concelho no mapa eleitoral, a menor ou maior previsibilidade do vencedor, as estratégias editoriais e a capacidade económica dos *media* com interesse na publicação de sondagens. Nas eleições autárquicas de 2013 os concelhos que mais atenções despertaram, pelo número de depósitos, de clientes e de entidades responsáveis, foram: a) Porto, com doze sondagens depositadas, realizadas por quatro entidades credenciadas para mais de dez clientes distintos, sobretudo órgãos de comunicação social, mas também para partidos e forças políticas; b) Matosinhos e Vila Nova de Gaia, com um perfil de clientes semelhante ao do Porto mas ligeiramente inferior em número (dez ou menos), com dez depósitos de sondagens cada, realizados por cinco empre-

Fig. 21 – Evolução do sentido de voto em 2013 (eleições autárquicas)

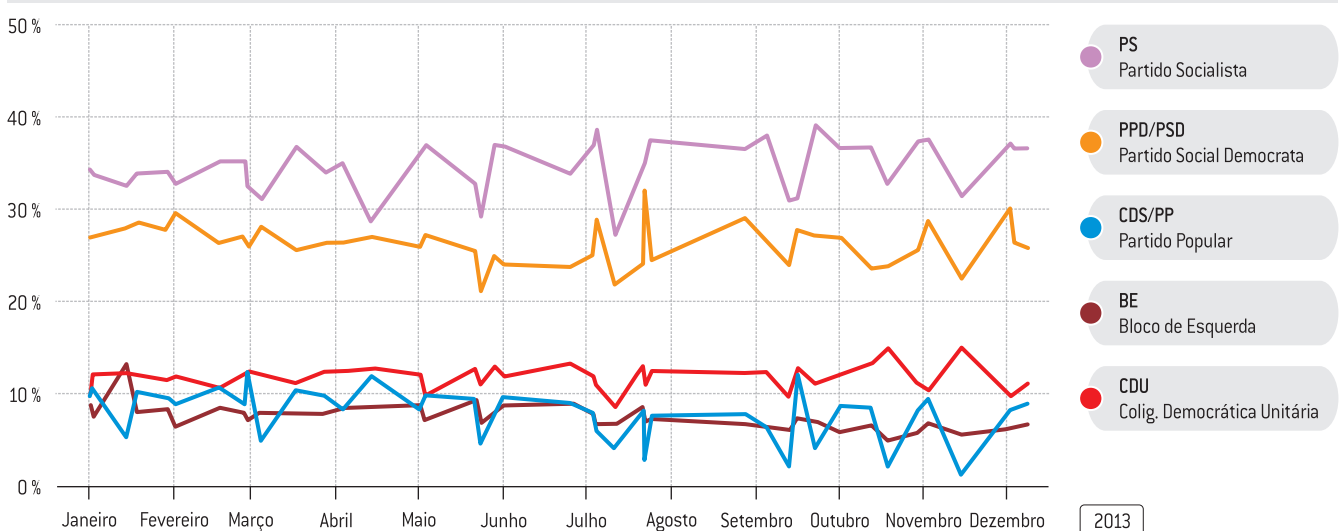
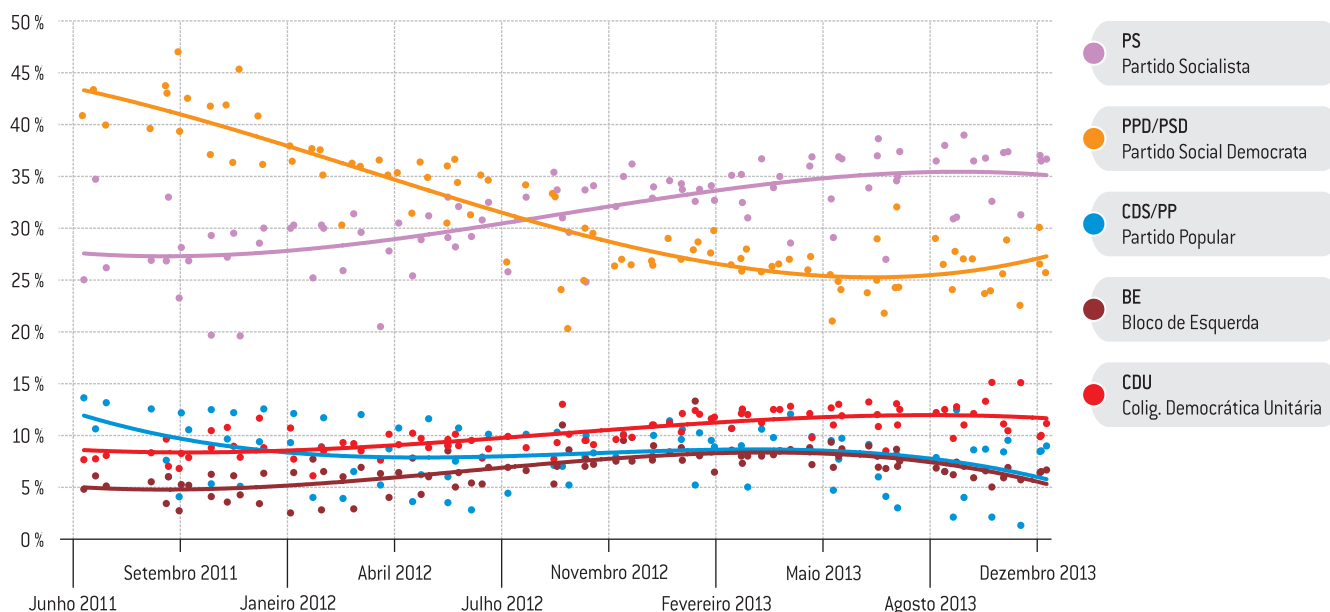


Fig. 22 – Tendência da evolução das intenções de voto legislativo (junho de 2011 a dezembro 2013)



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas: N=16 (2011); N=36 (2012); N= 41 (2013).

Os dados das Figs. 21 e 22 excluem os não votantes declarados e os não respondentes (Não sabe/Não responde), recalculando-se em conformidade o total de votos validamente expressos. Esta operação tem como objetivo uniformizar os dados de forma a possibilitar a análise evolutiva comparada.

Fig. 23 – Sondagens sobre sentido de voto em 2009 e 2013 (eleições legislativas)

2009			2013		
Empresa	N.º	%	Empresa	N.º	%
Eurosondagem	26	25,2	Eurosondagem	67	51,1
Intercampus	26	25,2	Ipom	21	16,0
Ipom	16	15,5	UCP	8	6,1
UCP/CESOP	10	9,7	Pitagórica	6	4,6
Gemeo	6	5,8	Domp	6	4,6
Aximage	6	5,8	Gemeo	6	4,6
Eurequipa	4	3,9	Sociologest	6	4,6
Markttest	4	3,9	Gtriplo	5	3,8
Domp	3	2,9	Aximage	3	2,3
Consulmark2	1	1,0	Intercampus	1	0,8
Gtriplo	1	1,0	GBN	1	0,8
-	-	-	Consulmark2	1	0,8
11	103	100,0	12	131	100,0

sas distintas; e c) Lisboa e Sintra, com dez e sete depósitos, respetivamente, realizados por quatro entidades credenciadas. Ao nível dos clientes, os depósitos relativos ao município de Lisboa distinguem-se dos restantes concelhos descritos por não se encontrarem nos seus clientes partidos ou forças políticas.

Em termos de quota de mercado, a situação dos depósitos com intenção de voto autárquico não difere muito do evolutivo já traçado para o total dos depósitos realizados em 2013 (cf. ponto 2.1 Entidades Credenciadas). Verifica-se maior diversidade, com mais empresas a realizarem sondagens autárquicas (12 contra 11 registadas em 2009) (Fig.23), mas também mais concentração do setor, com a

Eurosondagem a expandir a sua liderança para 51,1 % deste segmento de mercado (relembre-se que a quota total de depósitos desta empresa em 2013 fixou-se em 45,8 %).

5. PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES³

5.1. NÚMERO DE PROCEDIMENTOS DESENCADEADOS E ENCERRADOS

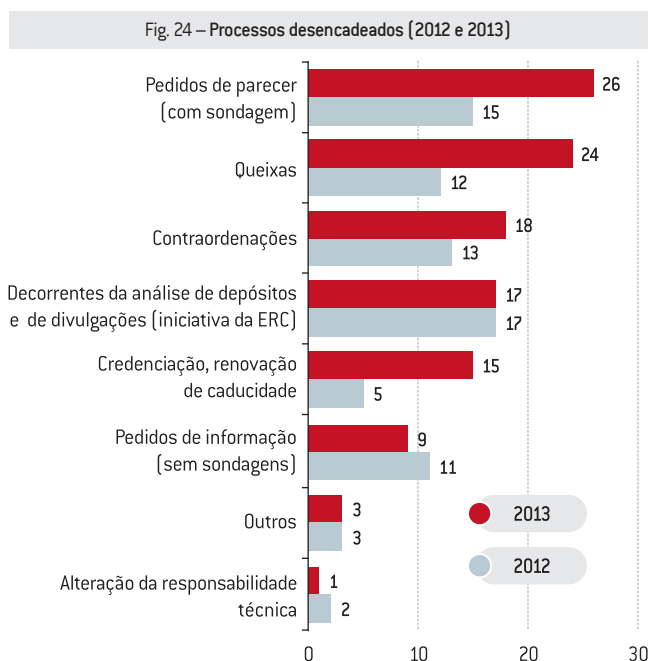
Foram desencadeados 113 processos em 2013 relacionados com a realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, o que representa um crescimento de 30,9 % face ao ano anterior (Fig. 24).

O aumento verificado era perfeitamente expetável, não só pelo previsível crescimento do número de depósitos e de divulgações, mas também porque os anos de eleições autárquicas são muito mais complexos do ponto de vista das dinâmicas geradas, pois ao focarem a realidade concelhia multiplicam a quantidade de atores envolvidos, sejam eles forças políticas, empresas de sondagens, clientes ou órgãos de comunicação social, entre outros. Acresce que parte destes atores apenas lida ocasionalmente com sondagens, pelo que não é de estranhar que os “Pedidos de parecer (com sondagem)” – solicitando informações sobre como divulgar sondagens ou pedindo para con-

³ A análise envolve o conjunto de averiguações desencadeadas ou finalizadas na ERC em 2013 no âmbito da aplicação da Lei n.º 10/2000 (acompanhamento dos depósitos e das divulgações de sondagens, credenciações, queixas, pedidos de esclarecimento, orientações e contraordenações, entre outros). Face aos Relatórios de Regulação anteriores a 2012, é de salientar a inclusão dos procedimentos e decisões de natureza contraordenacional no universo considerado, informação anteriormente ausente por não estar devidamente tratada e sistematizada. Dada esta alteração metodológica, os dados apresentados nos Relatórios de Regulação de 2012 e 2103, relativamente aos processos, deliberações e atos deliberatórios registados entre 2006 e 2011, podem não coincidir com os dados reportados nos relatórios anteriores.

firmar ou consultar depósitos de sondagem divulgadas – e as “Queixas” tenham sido os tipos de processos mais registados (26 e 24, respetivamente, representado no seu conjunto 44,2 % do total de processos desencadeados em 2013).

Seguem-se os processos resultantes da instauração de “Contraordenações” (18) e os procedimentos de fiscalização ‘Decorrentes da análise de depósitos e de divulgações’ realizados pelos serviços da ERC (17). Por fim, são ainda de destacar, pelo seu número e crescimento expressivo (passaram de 5 em 2012 para 15 em 2013), os procedimentos incluídos na categoria “Credenciação, renovação e caducidade”, ainda que neste caso o aumento registado não se relacione com as características do ano eleitoral, já que a grande maioria dos mesmos (9 processos) trata da renovação das licenças para a realização de sondagens, as quais possuem uma validade máxima de três anos.



Processos desencadeados no âmbito das sondagens: N=78 (2012); N=113 (2013).

Foram encerrados, em 2012, um total de 93 procedimentos, dos quais 77 foram desencadeados no próprio ano, 12 transitados de 2012, e 4 de 2011, estes últimos de âmbito contraordenacional. De salientar que a taxa de conclusão dos processos iniciados em 2013 foi de 68,1 %.

À semelhança dos anos anteriores, a ERC procurou atuar dentro de uma lógica preventiva e pedagógica, agindo sempre que possível junto dos regulados, no sentido de fazer compreender e respeitar as regras aplicáveis à área dos estudos de opinião. Tal atuação torna-se visível quando se atenta que o DAM encerrou por sua decisão 10 dos 13 processos iniciados e encerrados em 2013 em sede de fiscalização, determinação que só acontece quando os factos verificados (em depósitos ou publicações de sondagens) são retificados de forma a respeitar os preceitos estipulados pela Lei n.º 10/2000, de 21 de junho.

No caso específico das eleições autárquicas, foram desenvolvidas ações de sensibilização e de reforço do conhecimento das regras aplicáveis à realização e publicação de sondagens, através da publicação de comunicados, dirigidos primordialmente aos órgãos de comunicação social e às empresas de sondagens, mas também com difusão para o público em geral. De resto, e tal como nos anos anteriores, os serviços da ERC mantiveram ativos os canais de comunicação para esclarecimentos e apoio aos produtores e difusores de sondagens.

Em 2013 registaram-se quarenta e duas deliberações relativas à área das sondagens, as quais por sua vez se desdobraram em quarenta e cinco atos deliberatórios (número que corresponde ao total de regulados visados pelas deliberações). Foi o ano, desde a criação da ERC em 2006, em que se registou maior atividade deliberativa no âmbito da Lei das Sondagens e para a qual muito contribui o desfecho de um megaprocesso, iniciado no ano de 2012 e com mais de uma dúzia de envolvidos, que visou apurar o cumprimento do requisito de credenciação e das regras de depósito e divulgação de sondagens.

De destacar que a totalidade dos atos deliberatórios que versaram sobre o cumprimento das regras de realização ou publicação de sondagens apresentaram decisões condenatórias (29). Note-se que os valores registados se encontram inflacionados pelo impacto do megaprocesso atrás evidenciado, sendo particularmente visível esse efeito no tipo de sanções aplicadas, ultrapassando-se muito em 2013 o máximo de contraordenações aplicadas por ano (19 em 2013 contra 8 em 2009) (Fig. 25).

Fig. 25 – Natureza dos atos deliberatórios, segundo a resolução final (2006 a 2013)

	2006	2007	2008	2009	2010	2010	2012	2013	Total	
Condenatórias	Instar	2	5	15	3	9	13	7	5	59
	Instar e Contraordenação	1	3	3	8	4	7	5	19	50
	Instar e Retificar	–	1	–	–	–	–	–	–	1
	Instar, Retificar e Contraordenação	–	1	–	–	–	–	–	–	1
	Admoestação	–	–	–	–	–	6	1	5	12
Não condenatórias	Arquivados	1	3	2	2	6	3	2	–	19
	Comunicação à entidade competente	–	–	–	–	–	1	–	–	1
Aprovadas (relativas a credenciações)										
	2	17	10	3	12	2	4	14	64	
Suspensivos										
	–	–	–	–	–	–	–	2	2	
Orientações*										
	–	2	2	2	–	–	–	–	6	
Total	6	32	32	18	31	32	19	45	215	

* Denominam-se “orientações” as deliberações do CREG relacionadas com procedimentos genéricos relativos à interpretação e aplicação da Lei das Sondagens, como sejam, entre outras, as referentes aos atos eleitorais ou mesmo na adoção de um novo modelo de Ficha Técnica.

Nas deliberações aprovadas (relativas a processos de credenciação) é de salientar a atribuição de quatro licenças (Apeme, G.Triplo, Metris e Sociologist), a caducidade de uma credenciação (Euroexpansão) e a renovação da credencial para nove entidades (Aximage, Domp, Eurosondagem, Gemeo, Intercampus, Ipom, Marktest, Pitagórica e UCP/CESOP).

SÍNTESE CONCLUSIVA

O ano de 2013 representou uma retoma na produção e divulgação de estudos de índole política, ancorada pela realização das eleições autárquicas gerais de 2013.

Assim, em 2013, foram depositadas 179 sondagens de opinião, número que representa um decréscimo de 9,5 % face ao total de depósitos registados em 2009, ano em que se verificou não só o escrutínio autárquico, como também eleições europeias e legislativas. Relativizando a comparação apenas aos estudos de âmbito concelhio apura-se um crescimento superior a 27 % nas sondagens depositadas. Face a 2012 regista-se um crescimento exponencial de 180 % no número de total depósitos.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião comportava, a 31 de Dezembro de 2013, dezassete entidades. Face ao ano anterior há a registar em termos de movimento, uma caducidade (Euroexpansão), a atribuição de quatro licenças (três delas recredenciações de empresas já anteriormente licenciadas) e a renovação de nove credenciais.

Caracterização geral das sondagens

Foram catorze as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2013, posicionando-se a Eursondagem como a empresa mais representativa do setor, concentrando em si 45,8 % dos depósitos realizados. Estes números espelham por um lado um aumento da diversidade, em número de empresas a depositar sondagens (o número mais elevado entre 2008 e 2013), e por outro lado, um aumento da concentração do mercado, assumindo-se a Eurosondagem como a empresa mais representativa do setor em número de depósitos pelo quarto ano consecutivo.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas em 2013, registando-se sete órgãos de comunicação social com mais de dez sondagens contratadas. Como principais clientes, são de destacar o *Jornal de Notícias*, a *Sic* e o *Expresso*, órgãos que além de terem publicado os seus barómetros políticos regulares, apostaram fortemente na encomenda e publicação de sondagens sobre intenção de voto autárquico.

Quanto ao objeto dos estudos depositados, os grupos temáticos mais visados em 2013 foram os que se relacionam com as intenções e o sentido de voto, destacando-se sobretudo as questões relativas ao voto legislativo, e com a avaliação dos órgãos e atores políticos, grupo no qual se destacaram as perguntas relativas à imagem/popularidade dos líderes partidários, Presidente da República e Primeiro-Ministro.

A centralidade temática em redor das intenções de voto e da imagem/popularidade de titulares de cargos políticos é um fenómeno que não é exclusivo dos anos eleitorais, ainda que nestes seja mais notória, já que os mesmos marcam presença nos barómetros políticos mensais que são produzidos regularmente ao longo do ano.

Características metodológicas das sondagens

O método de recolha de informação mais frequente continua a ser o telefónico (87,7 %), crescendo a sua importância relativa em 2012 e 2013 face a 2009 (71,9 %). Alterações semelhantes foram observadas na dimensão das amostras utilizadas, o que poderá refletir os efeitos da crise económica no setor, já que o tamanho da amostra e as metodologias utilizadas são dos fatores que mais pesam na definição do custo dos estudos.

Divulgações de sondagens

A esmagadora maioria dos estudos depositados, em 2013, ao abrigo da lei das sondagens, foram divulgados e identificados na comunicação social (93,3 %), tendo-se recuperado um total de 1954 divulgações. A este valor corresponde uma média de 162,8 divulgações mensais e de 5,4 divulgações diárias. Em termos evolutivos, e quanto ao total das divulgações identificadas, apurou-se um crescimento de 3,8 % de divulgações face a 2009 e um crescimento de 156 % face a 2012.

A internet assumiu-se como a principal plataforma divulgadora de sondagens em 2013 (31,8 %), seguida de muito perto pela imprensa (30,5 %) e a televisão (29,4 %). De assinalar-se que a rádio tem vindo a perder importância enquanto divulgadora de sondagens desde o final de 2011, altura em que tanto a Rádio Renascença como a TSF deixaram de integrar parcerias para a publicação de barómetros políticos semanais.

Procedimentos e deliberações

A ação reguladora da ERC na área das sondagens continuou a ser desenvolvida dando privilégio à atuação pedagógica e preventiva, com impacto esperado a montante (na realização das sondagens e na sua interpretação e transformação em notícia), em detrimento de uma linha de intervenção mais reativa.

Foram desencadeados 113 processos em 2013 relativos à realização e publicação de inquéritos e sondagens de opinião, correspondendo as maiores fatias a pedidos de parecer sobre as regras de publicação e consulta a sondagens (26 processos) e a queixas (24 processos).

GLOSSÁRIO

Âmbito geográfico das amostras	Nacional – sondagens realizadas em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas;
	Continente – sondagens realizadas em Portugal continental;
	Regional – sondagens realizadas nas Regiões Autónomas (Madeira ou Açores);
	Local – sondagens de âmbito concelhio;
	Lisboa e Porto – sondagens realizadas nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto;
Lista – sondagens realizadas junto de grupos específicos da população.	
Depósito de sondagem	Sondagem enviada à ERC pela empresa credenciada, antes da sua divulgação, ao abrigo da Lei n.º 10/2000.
Divulgações identificadas	Peça noticiosa que consubstancia a divulgação de determinada sondagem previamente depositada na ERC.
Métodos de recolha de informação	Telefónico – método de recolha por telefone ou telemóvel;
	Painel Telefónico – método em que a recolha de informação é feita por telefone ou telemóvel junto de um sub-universo da amostra, previamente selecionado e de inquirição regular;
	Boca da Urna – método de recolha realizado em dia de ato eleitoral, com replicação do voto em urna selada;
	Pessoal – sondagens realizadas por entrevista direta e pessoal;
	Urna – método de recolha de informação semelhante à Boca da Urna, mas sem ser em dia de ato eleitoral;
	Postal – estudos com entrega e receção dos questionários por via postal;
Métodos de seleção das amostras	E-mail – estudos com seleção e consulta aos inquiridos através de listagens de correio eletrónico;
	Internet – estudos realizados <i>online</i> através do acesso a um portal localizado na internet.
Sondagem divulgada	Aleatório – método de seleção em que cada membro do universo [ou sub-universo] tem igual probabilidade de ser escolhido para participar na sondagem. Pode ser concretizado de diversas formas, não estando no âmbito deste relatório o seu detalhe;
	Quotas – método de seleção que define aprioristicamente o número de indivíduos a inquirir num conjunto definido de variáveis estratificadas.
Tipo de suporte	Sondagem que, tendo sido depositada na ERC ao abrigo da Lei n.º 10/2000, é objeto de divulgação pública.
	Imprensa – órgãos de imprensa, jornais diários, semanários e revistas, generalistas ou temáticos, de âmbito nacional ou regional/local;
	Rádio – órgãos de radiodifusão, nacionais ou locais;
	Televisão – serviços de programas, generalistas ou temáticos;
	Internet – portais da internet dos órgãos tradicionais de imprensa, rádio e televisão, órgãos exclusivos com divulgação pela internet.

ANEXO AO CAPÍTULO

DAS SONDAGENS

Fig. A1 – Número de sondagens depositadas pelas cinco empresas com mais depósitos (2006 a 2013)

Cinco empresas com mais depósitos	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Markttest 25	Eurosondagem 35	Intercampus 24	Intercampus 49	Eurosondagem 18	Eurosondagem 35	Eurosondagem 24	Eurosondagem 82
2	Aximage 23	Aximage 27	Eurosondagem 22	Eurosondagem 48	Aximage 14	Intercampus 17	Aximage 14	IPOM 22
3	Eurosondagem 22	Markttest 14	Aximage 21	Aximage 23	Markttest 11	Aximage 14	Markttest 8	Aximage 15
4	Intercampus 6	Intercampus 11	Markttest 12	IPOM 20	Intercampus 7	Markttest 10	UCP 4	Pitagórica 15
5	UCP 6	UCP 11	UCP 5*	Markttest 19	UCP 3	UCP 10	Pitagórica 4	UCP 11
Top 5 das empresas com mais depósitos	82	98	84	159	53	86	54	145
Percentagem em relação ao total	82,8 %	79 %	79,2 %	81,1 %	89,8 %	95,6 %	84,4 %	81 %
Depósitos das restantes empresas	17	26	18	37	6	4	10	34
N.º de empresas com sondagens depositadas	14	16	12	13	9	9	12	14

Total de depósitos N=99 (2006); N=124 (2007); N=102 (2008); N=196 (2009); N=59 (2010); N=90 (2011); N=64 (2012); N=179 (2013).

* Domp e Gtriplo também fizeram 5 depósitos em 2008; o destaque dado à UCP no top das cinco foi determinada pelo volume do seu histórico.

Fig. A2 – Clientes registados nas sondagens depositadas (2013)

Empresa	Clientes de sondagens	N	Empresa	Clientes de sondagens	N	
Órgãos de comunicação social nacionais (67 % do total)	Jornal de Notícias	39	Órgãos de comunicação social regionais (14 % do total)	Jornal de Leiria	7	
	SIC	30		Verdadeiro Olhar	6	
	Expresso	29		DN Madeira	4	
	Correio da Manhã	14		Porto Canal	4	
	Jornal de Negócios	14		Diário do Minho	2	
	RTP	11		Rádio Universitária do Minho	2	
	RDP/Antena 1	11		Jornal de Lisboa	2	
	Jornal i	9		O Regional	2	
	Diário de Notícias	7		Terras da Feira	1	
	Correio da Manhã TV	2		Barcelos Popular	1	
Partidos e Forças Políticas (13 % do total)	PSD (Concelhias)	10	Outros (3 % do total)	Jornal Labor	1	
	PS (Concelhias)	7		Diário de Aveiro	1	
	PSD (Secretariado Nacional)	3		A Voz de Chaves	1	
	PSD (Distrital)	3		Omnisinal	2	
	Partido Socialista	2		Press-à-Porter, Lda.	1	
	Associação Guilherme Aguiar – Juntos Por Gaia	1		CV&A – Cunha Vaz Consultores	1	
	Associação Narciso Miranda Matosinhos Sempre	1		Deloitte	1	
	Francisco Moita Flores	1		ENA – Viveraprender Escola de Negócios e Administração, Lda	1	
	Coligação Sintra Poder Mais – PSD/CDS/MPT	1		Instituto Europeu Faculdade Direito de Lisboa	1	
	Movimento Independente por Grândola (MIG)	1		Município de Viseu	1	
	Grupo de Cidadãos Guilherme Pinto por Matosinhos	1		Entidades Credenciadas (3 % do total)	Markttest – Marketing, Organização, Formação, Lda.	6
	Coligação PPD-PSD/CDS-PP; Mais Ação Mais Famalicão	1			Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.	1
	Coligação PSD/PPM/MPT – Porto	1				

Total de clientes distintos N= 45; Total de depósitos N=179 (2013); Total de clientes referenciados em depósitos N=246 (2013).

Fig. A3 – Grupos temáticos e temas abordados pelas sondagens (2013)

Grupos temáticos	Depósitos		Temas	Depósitos		Grupos temáticos	Depósitos		Temas	Depósitos				
	N	%		N	%		N	%		N	%			
GRUPO 1 Atividade dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	63	35,2	Governo	31	17,3	GRUPO 4 Atividades e organização dos partidos políticos (e dos seus representantes)	28	15,6	Atividades dos partidos políticos	25	14,0			
			Órgãos de poder local	31	17,3				Funcionamento e organização interna	7	3,9			
			Presidência da República	11	6,1				GRUPO 5 Intenção e sentido do voto	174	97,2	Órgãos Constitucionais (inclui Parlamento Europeu)	173	96,6
			Outros órgãos constitucionais	6	3,4							Comportamento eleitoral	50	27,9
			Assembleia da República	4	2,2							Perfil de titulares de DCs, PP e FP	31	17,3
			Tribunais	1	0,6							Antecipação de eleições	11	6,1
Atividades de outras instituições	1	0,6	GRUPO 6 Cenários e representações relacionadas com escrutínios	53	29,6	Expetativas eleitorais	8	4,5						
GRUPO 2 Competências e organização dos órgãos constitucionais e dos seus representantes	23	12,8				Governo	13	7,3	Previsão de resultados eleitorais	8	4,5			
						Órgãos de poder local	6	3,4	Simpatia/Proximidade partidária	5	2,8			
						Outros órgãos constitucionais	4	2,2	Cenários Eleitorais	4	2,2			
						Presidência da República	2	1,1	Cenários Pós-Eleitorais	2	1,1			
						Assembleia da República	2	1,1	Dinâmica de vitória	1	0,6			
						Tribunais	1	0,6	GRUPO 7 Sistema político	2	1,1	Avaliação do regime democrático	1	0,6
GRUPO 3 Avaliação dos órgãos e atores políticos	80	44,7				Governo	40	22,3				Campanhas eleitorais	1	0,6
			Poder Local	40	22,3	GRUPO 8 Outros temas relacionados com órgãos constitucionais	17	9,5	Economia, Finanças e Negócios	17	9,5			
			Presidência da República	39	21,8									
			Partidos Políticos	39	21,8									
			Tribunais	14	7,8									
			Assembleia da República	13	7,3									
PGR	13	7,3												
Imagem de forças políticas	2	1,1												

Fig. A4 – Ranking das 10 das sondagens mais divulgadas

Nome	Entidade Responsável	Número de divulgações	Número de divulgadores	Número de dias em divulgação	Objeto principal	Data do depósito	Número depósito
Barómetro Político de julho	UCP/CESOP	98	26	7	Voto Legislativo; Ação governativa; Imagem de titulares de cargos políticos e de líderes partidários.	01-08-2013	2 013 076
Sondagem com simulação de voto em uma Porto	UCP/CESOP	70	15	5	Voto autárquico.	26-09-2013	2 013 152
Barómetro Político de março	UCP/CESOP	51	16	9	Voto Legislativo; Ação governativa; Imagem de titulares de cargos políticos e de líderes partidários.	14-03-2013	2 013 016
Barómetro Político de fevereiro	Eurosondagem	48	7	3	Voto Legislativo; Imagem de órgãos constitucionais e seus titulares; Imagem de titulares de cargos políticos e de líderes partidários.	07-02-2013	2 013 009
Eleições Autárquicas no Concelho de Vila Nova de Gaia	Eurosondagem	44	14	18	Voto autárquico, imagem atividade da autarquia.	29-05-2013	2 013 033
Eleições Autárquicas no Concelho do Porto	Eurosondagem	43	13	18	Voto autárquico, imagem atividade da autarquia.	29-05-2013	2 013 031
Sondagem sobre crise económica e reforma do Estado	UCP/CESOP	42	16	3	Políticas e ação governativa; Orçamento de Estado.	04-03-2013	2 013 012
Barómetro Político de junho	Eurosondagem	41	16	10	Voto Legislativo; Imagem de órgãos constitucionais e seus titulares; Imagem de titulares de cargos políticos e de líderes partidários.	05-06-2013	2 013 042
Eleições Autárquicas no Concelho de Lisboa	Eurosondagem	36	12	17	Voto autárquico, imagem atividade da autarquia.	29-05-2013	2 013 029
Sondagem com simulação de voto em uma Vila Nova Gaia	UCP/CESOP	32	9	4	Voto autárquico.	25-09-2013	2 013 148

Fig. A5 – Importância relativa dos principais divulgadores, em número de sondagens divulgadas (2009, 2012 e 2013)

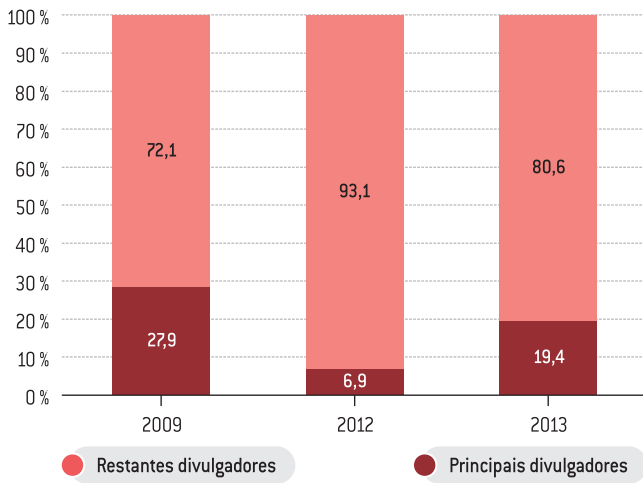
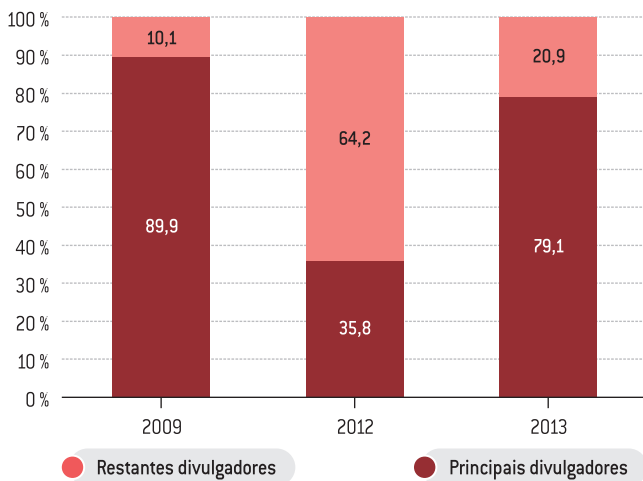
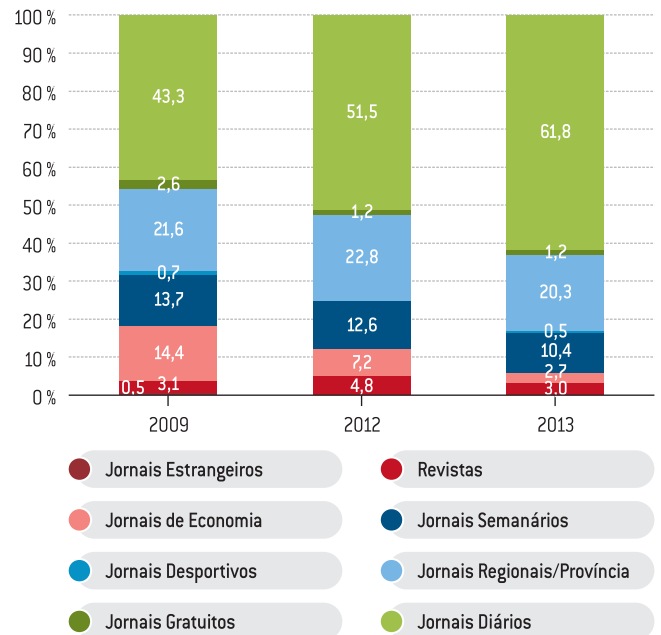


Fig. A6 – Importância relativa dos principais divulgadores, em número de peças divulgadas (2009, 2012 e 2013)



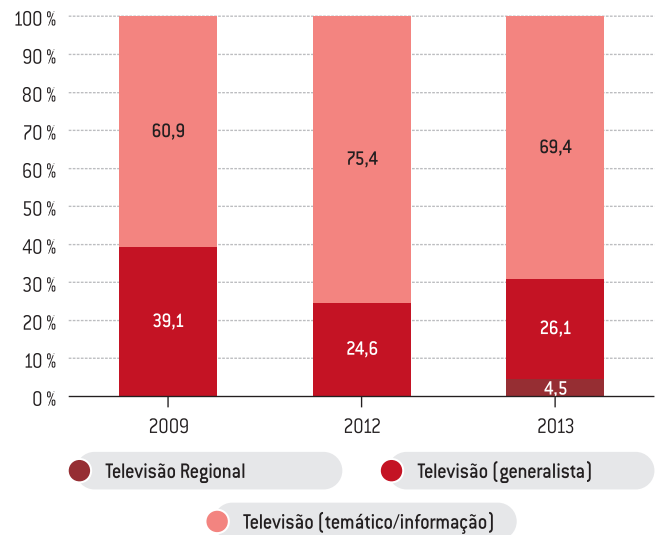
Entidades que divulgaram sondagens N=86 (2009); N=87 (2012); N=129 (2013).
Total de divulgações identificadas em estudos devidamente depositados na ERC N=1879 (2009); N=763 (2012); N=1954 (2013).
Para efeitos da análise, consideraram-se "principais divulgadores" aqueles que procederam à divulgação de 10 ou mais estudos.

Fig. A7 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de órgão de imprensa (2009, 2012 e 2013)



Total de peças noticiosas identificadas em órgãos de imprensa N=416 (2009); N=167 (2012); N=595 (2013).

Fig. A8 – Número de peças noticiosas segundo o tipo de televisão (2009, 2012 e 2013)



Total de peças noticiosas sobre sondagens identificadas nos canais televisivos N=682 (2009); N=264 (2012); N=575 (2013).



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO DE 2013

RADIODIFUSÃO SONORA

**Títulos Habilitadores para o Exercício
da Atividade de Radiodifusão Sonora**

Quotas de Música Portuguesa

**Quotas de Música em Língua Portuguesa
Serviço Público**

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DA ATIVIDADE DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

No presente capítulo procurar-se-á dar nota das alterações ocorridas no panorama radiofónico nacional em 2013, em virtude das vicissitudes verificadas no período de vigência de uma licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora.

A ERC, no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, acompanha e influi em tais vicissitudes, desde logo pela sua intervenção nos processos de atribuição e renovação de licenças, cabendo, igualmente, a este regulador, genericamente, assegurar o cumprimento das normas reguladoras da atividade de comunicação social, decidir, fundamentadamente, sobre os pedidos de alteração dos projetos aprovados, pronunciar-se sobre as aquisições de propriedade ou práticas de concertação das entidades, fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos aplicáveis, etc.

A lei setorial – Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio) – define um quadro normativo que impõe a pronúncia da ERC relativamente a matérias que incidam sobre os objetivos que esta prossegue no exercício das funções de regulação e supervisão.

2. ATRIBUIÇÃO E RENOVAÇÃO DE LICENÇAS DE RÁDIO DE OPERADORES DE ÂMBITO LOCAL

De entre as funções cometidas à ERC, reveste particular relevo o poder de decisão sobre a atribuição, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da atividade.

O acesso à atividade de radiodifusão está sujeito a licenciamento, mediante concurso público aberto por despacho conjunto dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações, sendo as licenças válidas por um prazo de 15 anos, renováveis por igual período.

Em dezembro de 2013, encontravam-se em atividade 326 serviços de programas de âmbito local, disponibilizados por 309 operadores; seis serviços de programas de âmbito nacional disponibilizados por três operadores; e cinco serviços regionais a cargo de três operadores.

Dos serviços de âmbito local em atividade no final de 2012, 86 % foram licenciados ao abrigo do concurso público aberto pelo Despacho de 4 de novembro de 1988¹. Os restantes 14 %, na sua maioria, foram licenciados ao abrigo do Despacho Conjunto n.º 363/98, de 14 de maio, alterado pelo Despacho conjunto n.º 98-A/99, de 11 de Janeiro.

Nos termos do artigo 27.º, n.º 2, da Lei da Rádio, os pedidos de renovação das licenças para o exercício da atividade de radiodifusão sonora devem ser apresentados com uma antecedência de 240 dias antes do termo da sua validade.

Até ao final de 2013, foram apreciados quatro pedidos novos de renovação de licenças, dois dos quais não foram renovados por não se encontrarem reunidos os elementos que permitissem a instrução e apreciação do processo de renovação da licença em causa, concluindo-se pela existência de incumprimento das obrigações legais a que estão sujeitos os operadores de rádio e os respetivos serviços de programas.

3. ATIVIDADE DE FISCALIZAÇÃO

A ERC, no exercício das suas competências de regulação e supervisão dos meios de comunicação, tem a obrigação de verificar o cumprimento, por parte dos operadores de rádio, dos fins genéricos e específicos da atividade, traduzida no acompanhamento e fiscalização dos serviços de programas, nos termos dos artigos 24.º, n.º 3, alínea i), e 45.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

A Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, que aprova a Lei da Rádio, estabelece um conjunto de direitos e obrigações para o exercício da atividade de rádio por parte dos operadores, promovendo condições de equidade e igualdade entre aqueles e garantindo, ainda, que as expectativas dos públicos a que se destinam os respetivos serviços de programas são correspondidas, quanto à utilização do bem do domínio público, que é o espectro hertziano.

De entre as obrigações a assinalar, destaca-se a que determina a tipologia dos serviços de programas, sendo generalista ou temático,

¹ Diário da República, Suplemento, II Série, n.º 255, de 4 de novembro de 1988.

consoante apresente um modelo de programação diversificado e dirigido à globalidade do público, ou centrado em matérias ou géneros radiofónicos específicos, como o musical, informativo ou outro, conforme estipula o artigo 8.º da Lei da Rádio.

Sem prejuízo das especificidades aplicáveis em função da tipologia e âmbito de cobertura dos serviços de programas, o artigo 12.º da Lei da Rádio define os fins da atividade de rádio, consagrando-se nos artigos 32.º e seguintes as obrigações gerais que impendem sobre os operadores.

A fragmentação do mercado radiofónico verifica-se, sobretudo, no âmbito local, estabelecendo a lei obrigações específicas para estes operadores. Destas é de evidenciar, desde logo, a obrigação de difusão de uma programação «com relevância para a audiência da correspondente área de cobertura», determinando um período mínimo de oito horas de emissão de programação própria, tal como definida pela alínea g) do n.º 1 do artigo 2.º do citado diploma, ou seja, «composta por elementos selecionados, organizados e difundidos autonomamente pelo operador de rádio responsável pelo serviço de programas, com relevância para a audiência da correspondente área geográfica de cobertura, nomeadamente nos planos social, económico, científico e cultural».

Durante as referidas oito horas, o serviço de programas, generalista ou temático informativo, está obrigado à difusão de pelo menos três serviços noticiosos (artigo 35.º), com identificação da denominação e frequência do serviço de programas (artigo 37.º).

O respeito pelas obrigações aqui referenciadas é indissociável do respeito pelo projeto licenciado, estando os operadores de rádio obrigados ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas, assegurando a verificação e preenchimento dos requisitos e obrigações legalmente consagrados.

Visando o acompanhamento dos operadores de rádio no quadro do respeito pelas obrigações que sobre os mesmos impendem, a ERC desenvolveu, em 2013, diversas ações de fiscalização junto de operadores do setor de radiodifusão sonora, tendo sido desencadeados, por queixa ou oficiosamente, 28 processos contra operadores de radiodifusão sonora, 15 dos quais foram encerrados ainda em 2013 e conduziram à averiguação dos elementos referentes à programação, dos meios técnicos e humanos afetos ao serviço de programas e a gravação da emissão de, pelo menos, dois dias, das 00h00m às 24h00m.

A estes acrescem, ainda, as averiguações realizadas no âmbito da preparação de processos de renovação de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão, nos quais são verificados os elementos programáticos de cada serviço de programas e auditados, pelo menos,

dois dias de emissão aleatoriamente selecionados, tendo-se efetuado a verificação, até ao final de 2013, de cinco serviços de programas.

4. ALTERAÇÕES DO PROJETO DE RADIODIFUSÃO

4.1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A fim de garantir a salvaguarda do pluralismo, da diversidade, da liberdade de expressão, em respeito pela linha editorial de cada órgão de comunicação social, determina a Lei da Rádio (cf. artigo 26.º) que «o operador radiofónico está obrigado ao cumprimento das condições e termos do serviço de programas licenciado ou autorizado», podendo requerer a respetiva alteração à ERC dois anos após a data da atribuição da licença ou da cessão do respetivo serviço de programas, ou após a aprovação da última modificação.

Os operadores radiofónicos têm, ainda, a possibilidade de solicitar a alteração da classificação dos respetivos serviços de programas, desde que estejam assegurados os requisitos legais aplicáveis à modificação do projeto aprovado (artigo 26.º, n.º 2, 3 e 4 da Lei da Rádio).

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

4.2. MODIFICAÇÃO DO PROJETO APROVADO

Em 2013 foram apreciados e deferidos 28 pedidos de alteração do projeto aprovado e de classificação do serviço de programas, ao abrigo do previsto no artigo 26.º da Lei da Rádio (Fig. 1).

As alterações ocorridas visaram, na sua maioria, a modificação das respetivas tipologias dos serviços de programas no sentido da possibilidade de constituição de associações entre os operadores, nos termos previstos no artigo 10.º da Lei da Rádio.

Tendo em conta os pedidos de alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação apreciados e aprovados em 2013, o quadro de operadores temáticos (Fig. 2) sofreu algumas alterações relativamente ao ano anterior. Foram classificados como temáticos 28 serviços de programas anteriormente generalistas.

Deste modo, no ano em análise foram identificados 68 serviços de programas temáticos (59 musicais, cinco informativos, três dirigidos a um segmento específico do público e um serviço universitário). As alterações ocorridas em 2013 encontram-se sombreadas na figura 2.

Fig. 1 – Deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador da ERC

1	Deliberação 6/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à V.D.R.F. Eletrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado XL Espinho e alteração da denominação do serviço de programas para Rádio 5FM.
2	Deliberação 24/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio Clube do Redondo, CRL, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Cidade FM Alentejo.
3	Deliberação 26/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio Clube de Loulé, CRL, no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Cidade FM Algarve.
4	Deliberação 28/2013 (AUT-R)	Ateração do domínio do operador Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda., e modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação e respetiva denominação do serviço de programas Rádio Regional de Aveiro.
5	Deliberação 29/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à RC – Empresa de Radiodifusão, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Cidade FM Vale de Cambra.
6	Deliberação 33/2013 (AUT-R)	Cessão do serviço de programas de âmbito local denominado Rádio Douro Sul e respetiva licença e alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas do operador Cristina Maria da Silva Rede, Lda.
7	Deliberação 41/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Sintonizenos – Comunicação Social, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Rádio Mar e alteração da denominação do serviço de programas para Rádio 5FM.
8	Deliberação 43/2013 (AUT-R)	Cessão do serviço de programas de âmbito local denominado Rádio Comercial de Valpaços e respetiva licença, alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas do operador Interior Norte Rádio, Lda., e alteração da denominação para Rádio Regional Valpaços.
9	Deliberação 129/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à RFA – Rádio Foz do Ave, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Rádio Sim – Foz do Ave e alteração da denominação do serviço de programas para XL Romântica.
10	Deliberação 269/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à RC Chaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Rádio Regional Vimioso.
11	Deliberação 271/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à RC Chaves Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado Rádio Regional Sabrosa.
12	Deliberação 141/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Côco – Companhia de Comunicação, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação dos serviços de programas denominado Cidade FM Tejo.
13	Deliberação 143/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio XXI, Lda., que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado STAR FM e associação ao projeto SMOOTH FM.
14	Deliberação 207/2013 (AUT-R)	Modificação dos projetos licenciados à R.T.A. – Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda., e Rádio Sem Fronteiras – Sociedade de Radiodifusão, S.A., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação dos serviços de programas denominados KISS FM e 95 FM e constituição de associação a denominar KISS FM.
15	Deliberação 257/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado STAR FM Cantanhede e associação ao projeto VODAFONE FM.
16	Deliberação 230/2013 (AUT-R)	Modificação dos projetos licenciados aos operadores Rádio Regional de Lisboa – Emissões de Radiodifusão, S.A., Côco – Companhia de Comunicação, S.A., PRC – Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda., Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda. e Empresa do Jornal "O Correio de Fafe", Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação dos seus serviços de programas, respetivamente denominados M80 Rádio, M80 Porto, M80 Coimbra, M80 Leiria e M80 Minho, e constituição de associação a denominar M80.
17	Deliberação 232/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à R2000 – Comunicação Social, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado STAR FM Santarém e associação ao projeto SMOOTH FM.
18	Deliberação 235/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à RC – Empresa de Radiodifusão, S.A., no que se refere ao estabelecimento de associação do seu serviço de programas Best FM ao projeto VODAFONE FM.
19	Deliberação 238/2013 (AUT-R)	Ateração do domínio do operador SIRPA – Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda., e modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação para temático musical e alteração da denominação para M80 Valongo.
20	Deliberação 239/2013 (AUT-R)	Ateração do domínio do operador Molicheiro – Comunicação Social, S.A., e modificação do projeto licenciado no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação para temático musical e integração na associação M80.
21	Deliberação 250/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Polimédia – Publicidade e Publicações, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado M80 Vila Real.
22	Deliberação 251/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado «M80 Penalva do Castelo» e parceria com «M80 Rádio», bem como a exclusão das obrigações previstas em matéria de difusão de música recente.
23	Deliberação 252/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio Manteigas FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado STAR FM Manteigas e respetiva denominação para M80 Manteigas.
24	Deliberação 254/2013 (AUT-R)	Modificação do projeto licenciado à Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda., no que se refere à alteração da classificação quanto ao conteúdo da programação do serviço de programas denominado STAR FM Sabugal e respetiva denominação para M80 Sabugal.

A Lei da Rádio viabiliza a modificação da tipologia de serviços de programas sem quaisquer restrições quantitativas por área geográfica, impondo ainda que a emissão em cadeia entre serviços de programas apenas possa ocorrer entre aqueles com a mesma tipologia [cf. artigo 10.º e 11.º da Lei da Rádio].

Assim, o panorama radiofónico tem sofrido algumas alterações, assistindo-se a um crescimento anual gradual a partir 2010 – data de entrada em vigor das alterações à Lei da Rádio – das rádios temáticas, particularmente evidente no ano de 2013 [Fig. 3].

O crescimento mais significativo verifica-se nas rádios temáticas

musicais, que, em 2013, sobem para 58 [Fig. 4]. No universo das rádios generalistas a tendência é de sentido inverso, resultado não só das alterações de tipologia, mas também da não renovação das licenças ao longo do sexénio em referência.

4.3. ALTERAÇÃO DE DENOMINAÇÃO

Outro dos aspetos do projeto radiofónico cuja atribuição e alteração se encontram sujeitas a apreciação prévia da ERC é a denominação do serviço de programas, a qual poderá decorrer da alteração do projeto aprovado ou ser requerida autonomamente, sem quaisquer repercussões no serviço de programas disponibilizado.

Fig. 2 – Serviços de programas temáticos (2013)

Rádios	Concelho	Temática
R.T.A. – Soc. de Radiodif. e Telecom. de Albufeira, Unip., Lda.	Albufeira	Musical
Rádio Voz de Alcanena (RVA), Lda.	Alcanena	Musical
Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	Almada	Musical
Rádio 100 – Sociedade Produções Áudio Visuais, Lda.	Alpiarça	Musical
Rádio Cidade – Produções Audiovisuais, S.A.	Amadora	Musical
Rádio Comercial, S.A.	Amares	Musical
Moliceiro – Comunicação Social, S.A.	Aveiro	Musical
Rádio Independente de Aveiro, Coop. Radiodifusão, C.R.L.	Aveiro	Musical
Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.	Aveiro	Segmento de público
Rádio Nacional, Emissões de Radiodifusão, S.A.	Barreiro	Musical
RTM – Rádio e Televisão do Minho, Lda.	Braga	Musical
Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda.	Cantanhede	Musical
Margináudio – Atividades Radiofónicas, Lda.	Cascais	Musical
Radio Juventude, C.R.L.	Castelo Branco	Musical
PRC – Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda.	Coimbra	Musical
Rádio 90 FM, Coimbra - Radiodifusão, Lda.	Coimbra	Musical
Difusão de Ideias – Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Évora	Informativa
V.D.R.F. – Electrónica Áudio e Equip. de Telecom., Lda.	Espinho	Musical
Empresa do Jornal O Correio de Fafe, Lda.	Fafe	Musical
TSF – Cooperativa Rádio Jornal do Algarve, C.R.L.	Faro	Informativa
Associação – Rádio Universitária do Algarve	Faro	Universitária
Rádio Litoral Centro, Empresa de Radiodifusão, Lda.	Figueiró dos Vinhos	Musical
Rádio Clube de Gondomar, Serv. de Radiodif. Local, Unip., Lda.	Gondomar	Musical
Rádio Metropolitana – Comunicação Social, Lda.	Gondomar	Segmento de público
Monsantorádio – Rádio Clube Monsanto, Unipessoal, Lda.	Idanha-a-Nova	Musical
Rádio João Bosco, Lda.	Lamego	Musical
Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda.	Leiria	Musical
Côco - Companhia de Comunicação, Lda.	Lisboa	Musical
Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa, Lda.	Lisboa	Musical
Rádio XXI, Lda.	Lisboa	Musical
TSF- Rádio Jornal de Lisboa, Lda.	Lisboa	Informativa
Sociedade Franco-portuguesa de Comunicação, S.A.	Lisboa	Musical
Publidifusão, Sociedade de Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Loures	Musical
RNL – Rádio Nova Loures, Lda.	Loures	Musical
Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A.	Maia	Musical
Rádio Manteigas FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Manteigas	Musical
Notimaia – Publicações e Comunicação Social, S.A.	Matosinhos	Musical
Radiodifusão – Publicidade e Espetáculos, Lda.	Matosinhos	Musical
RC – Empresa de Radiodifusão, S.A.	Moita	Musical
Côco – Companhia de Comunicação, S.A.	Montijo	Musical
Rádio Comercial da Linha – Soc. de Radiodif. de Oeiras, S.A.	Oeiras	Musical
Rádio Sem Fronteiras – Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Oeiras	Musical
Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A.	Paredes	Musical
Flôr do Éter – Radiodifusão, Lda.	Penacova	Musical
Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Penalva do Castelo	Musical
Castelo de Lanhoso 2 – Comunicação Social, Lda.	Póvoa de Lanhoso	Musical
Sintonizenos – Comunicação Social, Lda.	Póvoa do Varzim	Musical
Côco – Companhia de Comunicação, S.A.	Porto	Musical
SIRS, Sociedade Independente de Radiodifusão Sonora, S.A.	Porto	Informativa
Rádio Clube de Redondo, C.R.L.	Redondo	Musical
Rádio Hiper FM, Lda.	Rio Maior	Musical
RC Chaves – Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.	Sabrosa	Musical
Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Sabugal	Musical
R2000 – Comunicação Social, Lda.	Santarém	Musical
Rádio Voz de Setúbal, Lda.	Setúbal	Musical
RO – Edições e Publicidade, Lda.	Sintra	Segmento de público
Rádio João Bosco, Lda.	Trancoso	Musical
RC – Empresa de Radiodifusão, S.A.	Vale de Cambra	Musical
SIRPA – Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda.	Valongo	Musical
RC Chaves – Rádio Clube de Chaves, Unipessoal, Lda.	Valpaços	Musical
RFA – Rádio Foz do Ave, Lda.	Vila do Conde	Musical
Drums - Comunicações Sonoras, S.A.	V. Nova de Gaia	Musical
Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, S.A.	V. Nova de Gaia	Musical
Polimédia – Publicidade e Publicações, Lda.	Vila Real	Musical
RC Chaves – Rádio Clube de Chaves FM, Unipessoal, Lda.	Vimioso	Musical
Nodigráfica – Informação e Artes Gráficas Lda.	Viseu	Musical
Rádio Notícias, S.A.	Regional – Norte	Informativa
Rádio Regional de Lisboa – Emissões de Radiodifusão, S.A.	Regional – Sul	Musical

Fig. 3 – Distribuição dos serviços de programas por tipologia (2008/2013)

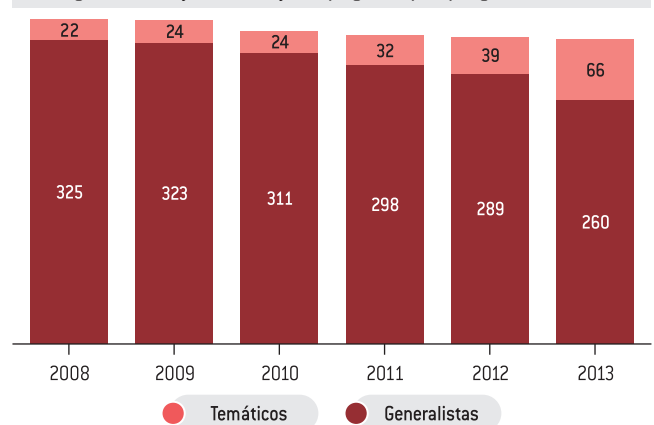
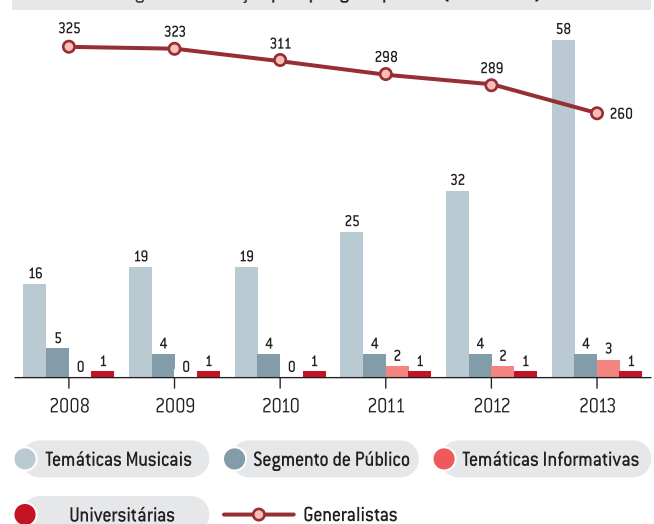


Fig. 4 – Distribuição por tipologia específica (2008/2013)



No decurso de 2013, foram autorizadas 23 alterações de denominação, 14 das quais no âmbito de uma alteração do projeto aprovado e nove, mediante requerimento, sem implicação na grelha e linhas gerais de programação do serviço disponibilizado pelo operador (Fig. 5).

5. DETENTORES DO CONTROLO DA EMPRESA

5.1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A Lei da Rádio estabelece limitações quantitativas quanto às participações no capital social de operadores radiofónicos, determinando que «nenhuma pessoa singular ou coletiva pode deter, direta ou indiretamente, (...), um número de licenças de serviços de programas radiofónicos de âmbito local superior a 10 % do número total das licenças atribuídas no território nacional» e que «nenhuma pessoa singular ou coletiva do setor privado ou cooperativo pode deter, direta ou indiretamente, (...), um número de serviços de programas de

Fig. 5 – Alterações de denominação autorizadas (2013)

Operador	Denominação	
	Anterior	Atual
Sintonizenos – Comunicação Social, Lda.	Rádio Mar	Rádio 5FM
VDRF – Electrónica Áudio e Equipamentos de Telecomunicações, Lda.	XL Espinho	Rádio 5FM
RC Chaves – Rádio Clube de Chaves, Unipessoal, Lda.	Rádio Comercial de Valpaços	Rádio Regional de Valpaços
Rádio Nova Era – Sociedade de Comunicação, S.A.	Rádio Nova Era Terra Verde 100.1	Rádio Nova Era
Jornal da Trofa, Lda.	Rádio Trofa	Rádio NoAr
Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.	Rádio Regional de Aveiro	Mega Hits – Aveiro
Rádio Foz do Ave, Lda.	Rádio Sim – Foz do Ave	XL Romântica
Rede A – Emissora Regional do Sul, Lda.	SWTMN	Rádio Meo SW
Rádio Clube de Gondomar – Serviço de Radiodifusão Local, Unipessoal, Lda.	SWTMN	Rádio Meo SW
Super Onda, Unipessoal, Lda.	Rádio Nordeste	R80Super Onda
Rádio XXI, Lda.	Star FM	Smooth FM
Rádio João Bosco, Lda.	Rádio Bandarra	Rádio D. Bosco FM
Rádio João Bosco, Lda.	Rádio Douro Sul	Rádio D. Bosco FM
Rádio Sem Fronteiras – Sociedade de Radiodifusão, S.A.	95 FM	Kiss FM
Narrativas & Melodias, Lda.	94 Oeste	Mais Oeste Rádio
Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Star FM Sabugal	M80 Sabugal
Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.	Star FM Manteigas	M80 Manteigas
SIRPA – Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda.	Star FM Valongo	M80 Valongo
R 2000 – Comunicação Social, Lda.	Star FM Santarém	Smooth FM Santarém
RC – Empresa de Radiodifusão, S.A.	Best FM	Vodafone FM
Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda.	Star FM Cantanhede	Vodafone FM
Rádio Renascença, Lda.	Mega FM	Mega Hits
Rádio 100 – Sociedade de Produções Audiovisuais, Lda.	Rádio 100	RES FM

âmbito nacional em frequência modulada igual ou superior a 50 % dos serviços de programas habilitados para a mesma área de cobertura e para a mesma faixa de frequência» (cf. artigo 4.º, n.ºs 3 e 4 da Lei da Rádio).

O número 5 do artigo 4.º da Lei estatui que «nenhuma pessoa singular ou coletiva pode deter no mesmo distrito, na mesma área metropolitana, no mesmo município ou, nas regiões autónomas, na mesma ilha, direta ou indiretamente, (...), um número de licenças de serviços de programas radiofónicos de âmbito local superior a 50% dos serviços de programas com o mesmo âmbito habilitados em cada uma das circunscrições territoriais referidas».

Importa evidenciar que o artigo 87.º da Lei determina que «o disposto nos n.ºs 4 e 5 do artigo 4.º não é aplicável às situações validamente constituídas à data de entrada em vigor da lei».

A fim de assegurar o respeito por tais limitações, bem como outros valores e objetivos inerentes ao exercício de uma atividade licenciada, mediante utilização de um bem do domínio público, determina o artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, do referido diploma que «[a] alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença só pode ocorrer três anos após a atribuição original da licença, dois anos após a modificação do projeto aprovado ou um ano após a última renovação, e está sujeita a autorização da ERC», cabendo à ERC decidir sobre o pedido «ouvindo os interessados (...), após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes».

A Lei n.º 54/2010 consagra, ainda, a possibilidade de cessão de serviços de programas de âmbito local e da respetiva licença, impondo que dessa operação dependa «a salvaguarda do projeto licenciado» e obrigando à transmissão da «universalidade dos bens, dos direitos e das obrigações, incluindo as de natureza laboral, exclusivamente afetos ao serviço de programas em causa» (v. artigo 4.º, n.º 9, da Lei da Rádio). A autorização pela ERC está dependente da verificação dos mesmos requisitos impostos para a alteração do domínio dos operadores de rádio, supraexplenados.

5.2. ALTERAÇÃO AO CONTROLO DO CAPITAL SOCIAL

Em 2013, a ERC apreciou 20 pedidos de alteração do controlo das seguintes empresas titulares de licenças para o exercício da atividade de radiodifusão:

Fig. 6 – Alterações de domínio autorizadas (2013)

Deliberações	Operador
Deliberação 28/2013 (AUT-R)	Rádio Regional de Aveiro – Empresa de Radiodifusão, Lda.
Deliberação 37/2013 (AUT-R)	Notícias 2000 FM – Atividade de Radiodifusão Sonora, Lda.
Deliberação 60/2013 (AUT-R)	Ao Tom Dela (Rádio), Lda.
Deliberação 89/2013 (AUT-R)	R.V.E – Sociedade Radiofónica, Lda.
Deliberação 91/2013 (AUT-R)	Polimédia – Publicidade e Publicações, Lda.
Deliberação 92/2013 (AUT-R)	Leirimédia – Produções e Publicidade, Lda.
Deliberação 111/2013 (AUT-R)	Rádio Manteigas – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
Deliberação 113/2013 (AUT-R)	Rádio 100 – Sociedade Produções Áudio Visuais, Lda.
Deliberação 123/2013 (AUT-R)	R 2000 – Comunicação Social, Lda.
Deliberação 124/2013 (AUT-R)	Moliceiro – Comunicação Social, S.A.
Deliberação 131/2013 (AUT-R)	Penalva do Castelo FM – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
Deliberação 132/2013 (AUT-R)	PRC – Produções Radiofónicas de Coimbra, Lda.
Deliberação 134/2013 (AUT-R)	Rádio Sabugal – Radiodifusão e Publicidade, Lda.
Deliberação 135/2013 (AUT-R)	Rádio do Concelho de Cantanhede, Lda.
Deliberação 144/2013 (AUT-R)	Rádio Bonfim – Produções Audiovisuais, Lda.
Deliberação 170/2013 (AUT-R)	Editave – Multimédia, Lda.
Deliberação 238/2013 (AUT-R)	SIRPA – Sociedade de Imprensa Rádio Paralelo, Lda.
Deliberação 239/2013 (AUT-R)	Moliceiro – Comunicação Social, S.A.
Deliberação 249/2013 (AUT-R)	Pacheco & Freitas, Lda.
Deliberação 263/2013 (AUT-R)	Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.

Fig. 7 – Cessões autorizadas (2013)

Deliberações	Operador	Atual titular	Área de cobertura da licença
Deliberação 43/2013 (AUT-R)	Interior Norte Rádio, Lda.	RC Chaves – Rádio Clube de Chaves, Unipessoal, Lda.	Valpaços
Deliberação 33/2013 (AUT-R)	Cristina Maria da Silva Rede, Lda.	Rádio João Bosco, Lda.	Lamego
Deliberação 58/2013 (AUT-R)	Rádio Beira Interior, C.R.L.	RACAB – Rádio Castelo Branco, Lda.	Castelo Branco
Deliberação 100/2013 (AUT-R)	Editorialcult, C.R.L.	Globinóplia, Unipessoal, Lda.	Oliveira de Azeméis
Deliberação 100/2013 (AUT-R)	Editorialcult, C.R.L.	Cloverpress, Lda.	Oliveira de Azeméis
Deliberação 241/2013 (AUT-R)	Santa Casa da Misericórdia de Campo Maior	Palavras Originais, Unipessoal, Lda.	Campo Maior
Deliberação 242/2013 (AUT-R)	Rádio Larouco – Cooperativa de Rádio e Informação, C.R.L.	Prótexto, Unipessoal, Lda.	Chaves

5.3. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

No que respeita à possibilidade de cessão dos serviços de programas de radiodifusão sonora e respetivas licenças, ao abrigo do n.º 9 do artigo 4.º da Lei da Rádio, foram apreciados e autorizados, em 2013, seis pedidos de cessão, identificando-se no quadro infra o anterior e o atual titular das licenças.

Da análise das alterações assinaladas, verifica-se o surgimento de novos operadores de rádio, concluindo-se que das seis operações autorizadas, apenas duas foram a favor de entidades que já detinham outras licenças para o exercício da atividade de rádio, a saber RC Chaves – Rádio Clube de Chaves, Unipessoal, Lda. e Rádio João Bosco, Lda.

SÍNTESE CONCLUSIVA

À ERC, no exercício das funções de regulação e supervisão da atividade de radiodifusão sonora, cabe assegurar o cumprimento dos requisitos legais fixados no licenciamento e das demais obrigações de programação e emissão dos serviços de programas, mediante o acompanhamento regular dos operadores.

No universo total de 326 serviços de programas de âmbito local apurado no final de 2013, apenas nove não foram ainda objeto de apreciação em sede de renovação da licença. Três deles solicitaram já a renovação, encontrando-se em curso os respetivos processos; para quatro ainda não terminou o prazo de validade das respetivas licenças e os restantes dois são operadores licenciados ao abrigo de autorização governamental para o exercício da atividade.

Foram desenvolvidas 28 ações de fiscalização, no sentido da verificação de irregularidades nos serviços de programas visados.

No âmbito das alterações aos projetos de radiodifusão sonora, à semelhança, aliás, do constatado no ano anterior, confirmou-se, em 2013, a tendência, entre as rádios de âmbito local, no sentido da alteração dos respetivos projetos radiofónicos, visando a sua adaptação a modelos preexistentes, já reconhecidos ou reconhecíveis pela audiência, bem como a alteração da classificação dos serviços de programas, tendo sido deferidos 28 pedidos para conversão de generalistas em temáticos.

No que concerne à composição do capital social das empresas titulares de licenças para o exercício de atividade de radiodifusão, bem como às limitações de participações e titularidade de licenças, foram requeridas seis cessões de serviços de programas e respetivas licenças, na sua maioria a favor de novos operadores.

QUOTAS DA MÚSICA PORTUGUESA

1. NOTA INTRODUTÓRIA

1.1. OBJETIVOS

No presente capítulo pretende efetuar-se a avaliação do comportamento dos serviços de programas radiofónicos nacionais, regionais e locais, quanto à difusão de música portuguesa para 2013.

Os serviços de programas de radiodifusão sonora estão obrigados à difusão de percentagens mínimas de música portuguesa, tendo a Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril, fixado tal mínimo em 25 %.

Para além da quota de 25 % apurada sobre a totalidade das difusões musicais, foi ainda consagrada a obrigação de emissão de uma quota de 35 % para músicas editadas nos últimos doze meses.

A ERC disponibiliza no seu sítio eletrónico, conforme previsto no n.º 3 do artigo 44.º da Lei da Rádio, de acordo com as comunicações que lhe chegam dos autores, editoras e demais entidades, a listagem que identifica o ano de edição e de disponibilização pública da obra atualizada das produções musicais referentes a 2012 e 2013.

Neste relatório serão ainda apresentadas as quotas respeitantes à difusão de música recente dos operadores nacionais privados *RFM*, *RR* e *Rádio Comercial*, cuja análise e avaliação apenas foi possível relativamente a 2013, atenta a alteração legislativa mencionada e a consolidação dos mecanismos de comunicação destes dados entre os operadores e a ERC.

No que respeita ao serviço de programas com um âmbito de cobertura regional, dirigido à zona sul do país, designado *M80*, encontra-se isento do cumprimento desta quota, dadas as características do seu projeto programático, centrado na divulgação de temas musicais dos anos 1970, 1980 e 1990, ao abrigo do previsto no n.º 2 do artigo 44.º da Lei da Rádio.

Relativamente aos serviços de programas locais, está ser desenvolvido um processo de monitorização, acompanhamento e informação, por forma a serem superadas limitações técnicas e os desvios irregulares observados relativamente à quota mínima de 35 %, sendo expectável já no próximo relatório uma primeira avaliação dos valores de música recente dos operadores locais ativos no sistema.

Na finalização desta análise far-se-á ainda a avaliação comparativa de 2008-2013 no que respeita a apuramentos médios anuais.

No que atende ao universo de operadores ativos, foi desenvolvida uma ação de sensibilização e acompanhamento, que permitiu, em 2014, um aumento dos serviços de programas ativos na aplicação automática, cuja apreciação percentual será demonstrada no próximo relatório anual.

1.2. CRITÉRIO E METODOLOGIA

As percentagens apuradas, de acordo com o regime legal em vigor, são calculadas mensalmente e têm como base o número de composições musicais difundidas por serviço de programas no mês antecedente, de acordo com os valores enviados pelos operadores ativos do sistema automático já implementado pela ERC em 2007.

Foi validada para 2013 a média percentual mensal de 111 serviços de programas, de âmbito nacional, regional e local, sendo de salientar o considerável aumento do número de serviços de programas locais com conversão de um projeto generalista para temático musical, que passaram a estar isentos do cumprimento de quota.

Os elementos rececionados via automática têm em conta cinco vertentes previstas na lei:

- A) Quota nas 24 horas de emissão – apuramento, em 24 horas de emissão, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %.
- B) Quota no período diário compreendido entre as 07h00m e as 20h00m - apuramento, no período de emissão diário das 07h00m às 20h00m, da percentagem de operadores ativos que emitem uma quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %.
- C) Quota de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia (UE), emitida no período diário compreendido entre as 07h00m e as 20h00m - apuramento, no período de emissão diário das 07h00m às 20h00m, da percentagem de operadores ativos que preenchem a quota de 25 % de música portuguesa com um mínimo de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da UE.
- D) Quota de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da UE nas 24

horas de emissão - apuramento, no período das 24 horas de emissão, nos termos do ponto C).

- E) Quota de música portuguesa recente - difusão de uma percentagem igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses (neste relatório esta análise está circunscrita aos operadores nacionais).

2. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

2.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

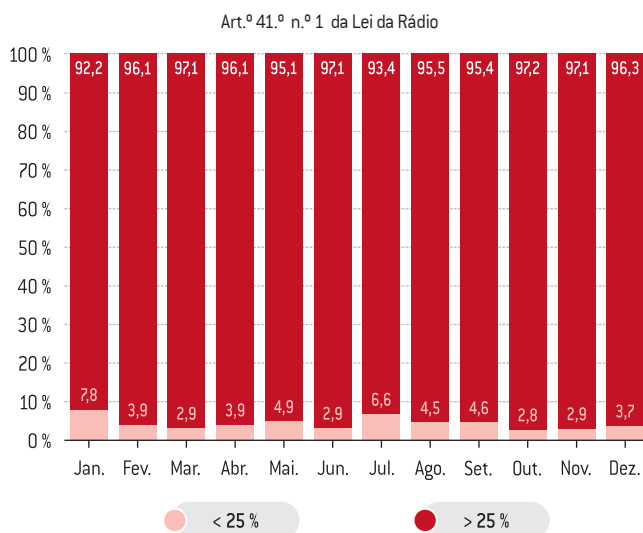
A presente análise reflete uma avaliação das cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas no ponto 1.2 deste relatório. Obedecendo-se à sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre a percentagem de operadores locais, incluídos na amostra, ativos no sistema de apuramento automático, que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, entendendo-se por operador local, conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

A observação dos dados apresentados permite concluir que, em 2013, mais de 92 % dos operadores ativos no sistema de apuramento automático de quotas incluídos na amostra, cumpriu a quota mínima mensal de 25 % nas 24 horas de emissão, verificando-se no primeiro e segundo semestres, uma média de cumprimento de serviços de programas acima dos 80 % (figs. 1 e 2).

Fig. 1 – Média semestral – quota de 25 % no período das 24 horas de emissão

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 25 %	91,0	84,6
< 25 %	9,0	15,4

Fig. 2 – Percentagem mensal nas 24 horas de emissão



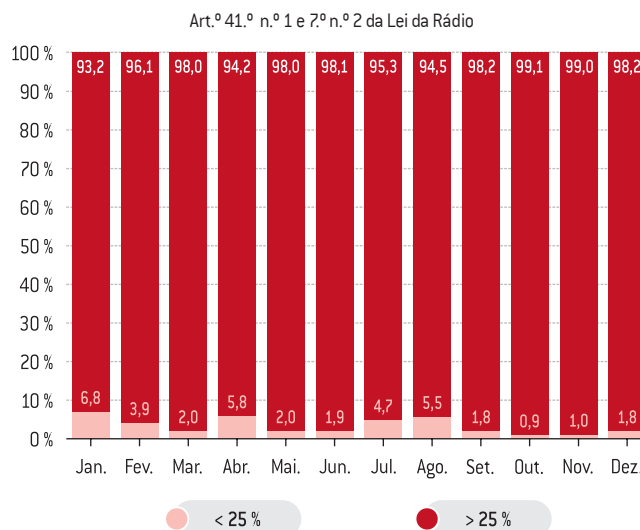
Atendendo à segunda vertente de análise, apresentam-se os apuramentos referentes ao número de serviços de programas de rádio, ativos no sistema de automático e que integram a amostra, que emitem uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 07h00m e as 20h00m, de acordo com o exigido pelo artigo 41.º, n.º 1, conjugado com o 47.º, n.º 2, ambos da Lei da Rádio.

Fig. 3 – Média semestral – quota de 25 % no período das 07h00m às 20h00m

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 25 %	89,0	82,6
< 25 %	11,0	17,4

No que se refere ao período compreendido entre as 07h00m e as 20h00m, mais de 93 % dos operadores analisados cumprem a quota prevista, conforme análise semestral (Fig. 3) e mensal (Fig. 4).

Fig. 4 – Percentagem mensal das 07h00m às 20h00m



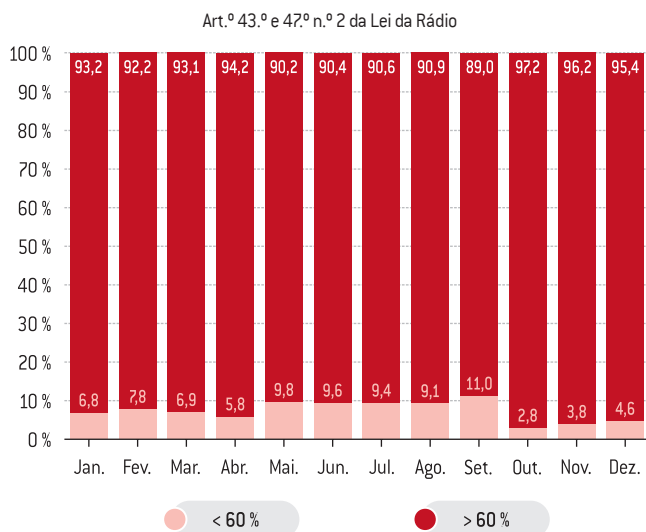
A terceira vertente de análise aos operadores locais atende à previsão do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas ativos no sistema, que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da UE, no período de emissão compreendido entre as 07h00m e as 20h00m. Refira-se que esta percentagem é apurada da quota de 25 % de emissão de música portuguesa a que os operadores estão obrigados.

Fig. 5 – Média semestral por operador – Música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 60 %	95,8	84,0
< 60 %	4,2	16,0

No que respeita às difusões musicais portuguesas interpretadas por cidadãos da EU, continua a verificar-se uma tendência positiva de cumprimento ao longo do ano, constatando-se que dos serviços

Fig. 6 – Percentagem mensal, por operador – Música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m



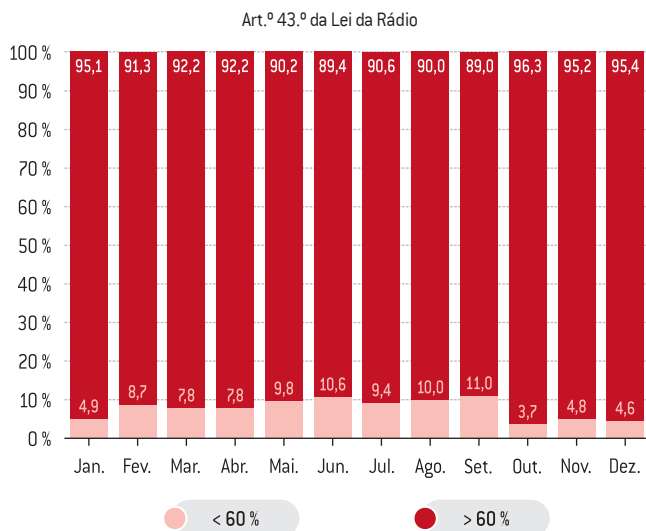
analisados a maioria observa a quota estipulada, com uma média de cumprimento superior a 90 %.

A última vertente de análise quanto aos operadores locais prende-se, ainda, com o previsto no artigo 43.º da Lei da Rádio, quanto ao cumprimento de uma quota de 60 % dos 25 % de música portuguesa, para difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da UE, mas desta feita abrangendo as 24 horas de emissão dos serviços de programas.

Fig. 7 – Média semestral por operador – Música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas de emissão

Descrição	Média no 1.º semestre	Média no 2.º semestre
> 60 %	96,8	85,0
< 60 %	3,2	15,0

Fig. 8 – Percentagem mensal, por operador – Música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas de emissão



No que se refere aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão, no total médio das rádios locais, o índice de cumprimento presenciado é superior a 90 %, conforme demonstrado na figura 8, situado, em quase todos os meses do ano.

Manteve-se o acompanhamento dos serviços de programas no sentido de corrigirem os desvios face aos valores previstos na lei e sensibilizados para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Reporta-se de seguida, no que atende ao período da emissão de maior audiência, o número de serviços de programas com valores abaixo da quota mínima de 25 % prevista na lei, observados mensalmente, estratificadas as suas percentagens em intervalos de até 5 %; entre 5 % e 10 %; entre 10 % e 15 %; entre 15 % e 20 % e entre 20 % e 25 %.

Fig. 9 – Incumprimentos registados, por operador e por mês, entre as 07h00m as 20h00m

%	Número de Rádios												Total
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	
]0-5]	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
]5-10]	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	3
]10-15]	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
]15-20]	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
]20-25[5	2	1	5	1	1	3	4	0	0	0	1	23
Total	7	4	2	6	2	2	5	6	2	1	1	2	

Conforme se pode observar na figura 9, no período entre as 07h00m e as 20h00m, e atendendo à amostra mensal de rádios cujos dados foram validados pela aplicação, o menor número de incumprimentos ocorreu nos meses de outubro e novembro, registando-se apenas um caso, tendo sido no primeiro mês do ano que se registaram mais desvios à quota mínima de 25 %, contabilizando-se sete casos.

Tendo presentes os intervalos percentuais ponderados verifica-se que, ao longo de todo ano de 2013, o maior número de situações de incumprimento registadas incidu nos intervalos 20-25, com 23 situações, e 15-20, com 11 casos observados.

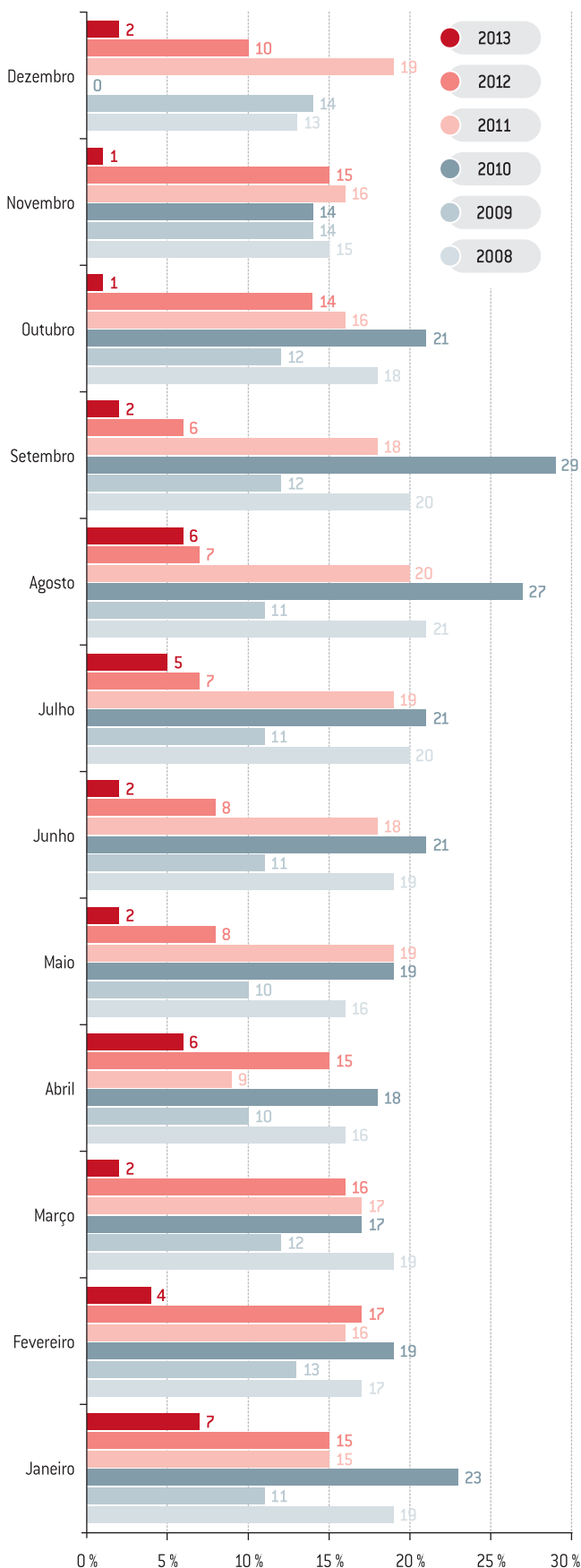
Note-se que as percentagens do intervalo 20-25 registadas, situaram-se na maior parte, entre os 20 % e os 24,5 %, considerada a margem de erro estipulada de 0,5 %.

Conforme se pode observar na figura 10, e de acordo com os valores apurados através da aplicação, bem como a amostra considerada, constata-se, em 2013, uma redução significativa das situações de incumprimento da quota de 25 % no período diário compreendido entre as 07h00m e as 20h00m em todos os meses do ano, face às percentagens observadas entre 2008 e 2012.

2.2. ANÁLISE POR AMOSTRAGEM

A análise das quotas de música portuguesa de rádios locais com recurso a amostragem foi efetuada no âmbito dos processos de

Fig. 10 – Incumprimentos registados, por operador e por mês



renovação de licenças dos operadores bem como de ações de fiscalização desenvolvidas ao longo do ano.

Além do suporte automático foram também observados, 10 serviços de programas de radiodifusão locais por via de amostragem, interligados a processos de fiscalização às emissões de vários serviços de programas.

À semelhança do verificado em anos anteriores, grande parte das rádios auditadas difunde, em média, três ou mais temas de música portuguesa por hora de emissão, na faixa horária das 07h00m às 20h00m, o que se entende assegurar o cumprimento da quota mínima prevista na lei para este período, sendo que, alguns serviços de programas integram ainda na sua programação espaços dedicados unicamente a música portuguesa.

No que atende à avaliação do cumprimento da quota de música recente, consagrada nos termos do artigo 44.º da Lei da Rádio, atendendo aos dados existentes e atento o ponto 1 deste relatório, a título indicativo, observou-se, em dezembro de 2013, que apenas uma percentagem de 37 % dos operadores apresentou valores iguais ou superiores a 35 % de música recente.

É de salientar, no entanto, quanto à música recente, os seguintes condicionalismos: por um lado, a produção nacional recente não é abundante e abrangente, não correspondendo à diversidade das linhas editoriais dos serviços de programas; por outro, constata-se que alguns operadores de rádio não preenchem adequadamente os campos referentes às datas da obra, obtendo-se valores inferiores aos que são efetivamente difundidos. O recurso a outros suportes não automaticamente contabilizáveis pelos sistemas operativos dos serviços de programas (v. CD e eventos em direto), não são contabilizados pela aplicação, salvo se o operador assegurar a sua inserção.

3. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

3.1. OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor generalista, a emitir o serviço de programas *M80 Rádio*, está ativa no sistema automático, pelo que foi possível, ao longo do ano, acompanhar o comportamento deste operador em matéria de difusão de música portuguesa

No presente capítulo, a informação apurada reporta-se aos dados concretos da emissão do operador, isto é, percentagem de difusão de música portuguesa emitida pelo serviço de programas *M80 Rádio*, aferida de acordo com as vertentes de análise propostas, registando-se o seguinte:

Fig. 11 – Quota de difusão de música portuguesa, no período das 24 horas de emissão

M80 Rádio	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	29,4	29,9	28,2	26,6	30,8	30,7	30,1	29,0	30,1	29,8	31,0	29,8
Das 7h às 24h	27,5	28,8	26,8	24,4	29,8	29,0	28,3	26,9	28,6	28,3	29,0	28,4

Nas 24 horas de emissão do serviço de programas, registaram-se ao longo do ano percentagens superiores à mínima de 25 % estabelecida para difusão de música portuguesa, situando-se, quase sempre, nos 30 pontos percentuais.

No período diário de emissão compreendido entre as 7h00m e as 20h00m, não obstante um pequeno desvio no mês de abril, verificaram-se percentagens sempre na ordem dos 26 a 29 pontos percentuais ao longo de 2013.

Fig. 12 – Quota de 60 % difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa

M80 Rádio	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	88,4	88,2	86,8	86,1	83,4	83,5	84,9	85,0	83,8	84,1	83,6	83,6
Das 7h às 24h	89,4	89,4	85,6	85,9	84,1	83,5	85,7	86,3	84,8	85,6	84,2	84,1

Quanto à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período total da emissão musical, quer no período de emissão compreendido entre as 07h00 e as 20h00, a M80 registou, ao longo de todo o ano, valores acima dos 80 pontos percentuais.

Tendo em conta o modelo programático deste o serviço de programas, a M80 está isenta do cumprimento da quota prevista no artigo 44.º, n.º 2, da Lei da Rádio, relativa à música recente.

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

4.1. RFM, RÁDIO RENASCENÇA E RÁDIO COMERCIAL

Analisando, agora, as rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos respeitantes aos serviços de programas denominados RFM, Rádio Renascença e Rádio Comercial.

Os serviços de programas nacionais da concessionária de serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente neste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais já supradescritos, aplicáveis a todos os operadores independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos rececionados via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 25 %, 35 % e 60 % no período das 24 horas e no período das 07h00m às 20h00m, tendo presente

o descritivo dos pontos A, B, C, D e E, já mencionados no início do ponto 2 deste relatório.

No que atende à primeira quota prevista na lei, que prevê a emissão de 25 % de música portuguesa, as percentagens observadas comprovam que os três operadores nacionais, nas 24 horas de emissão, cumprem ou ultrapassam a quota mínima estabelecida (Fig. 13).

Fig. 13 – Percentagem música portuguesa nas 24 horas de emissão

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RFM	25,7	25,6	26,7	26,1	26,0	25,9	26,0	26,1	26,2	26,2	26,4	25,4
Rádio Renascença	26,9	27,6	29,1	32,9	31,8	32,7	29,6	28,5	28,7	27,1	28,3	28,7
Rádio Comercial	28,9	30,9	30,5	31,0	29,2	29,9	30,1	28,4	28,6	28,2	28	29,2

Da mesma forma, no que respeita ao período de emissão compreendido entre as 07h00m e as 20h00m, a análise dos dados confirma que, excetuando a situação verificada na RR no mês de outubro, estes serviços apresentaram ao longo do ano valores acima da quota mínima de 25 %, (Fig. 14).

Fig. 14 – Percentagem música portuguesa no período das 07h00m às 20h00m

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RFM	25,2	24,9	26,0	25,0	25,1	25,0	25,0	25,5	25,3	25,4	25,7	25,0
Rádio Renascença	24,9	25,6	26,2	29,5	28,4	29,3	27,1	26,3	25,1	24,4	26,5	25,6
Rádio Comercial	29,1	31,3	30,9	30,5	29,2	30,1	30,9	28,8	29,3	29,5	29,6	30,0

Quanto às difusões musicais portuguesas compostas ou interpretadas por cidadãos da UE, os quadros acima demonstram que a RFM e a RR ultrapassaram nas suas emissões a quota estipulada, quer nas 24 horas, quer no período entre as 07h00m e as 20h00m de emissão.

A Rádio Comercial registou em alguns meses do ano valores inferiores a 60 %, nos dois blocos horários monitorizados. Conforme já salientado em anos anteriores, o recurso a suportes não contabilizáveis automaticamente ou cobertura de eventos musicais nacionais, poderão conduzir a uma disparidade entre os dados apurados e os realmente emitidos, uma vez que nestas situações as difusões musicais não serão objeto de contabilização via aplicação.

Dos percentuais apurados para serviços nacionais privados, a RR foi o serviço de programas que apresentou maior percentagem de difusões musicais em língua portuguesa quer no período diário, quer no período total da emissão (Figs. 15 e 16).

Fig. 15 – Percentagem música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RFM	72,3	62,9	66,1	68,5	69,4	74,2	65,6	63,0	66,4	72,6	69,7	66,1
Rádio Renascença	88,2	88,6	80,4	81,2	83,8	81,3	81,1	78,7	79,5	78,9	80,9	80,0
Rádio Comercial	50,0	58,0	59,3	64,5	63,5	64,2	65,8	63,6	66,1	72,6	66,6	60,6

Fig. 16 – Percentagem música composta ou interpretada em língua portuguesa no período das 24 horas de emissão

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RFM	71,0	63,5	66,5	68,5	69,8	72,7	65,2	61,7	64,1	69,2	67,1	63,0
Rádio Renascença	86,5	86,1	79,9	80,1	81,8	79,8	80,2	78,4	77,6	77,0	77,4	77,8
Rádio Comercial	48,9	55,3	58,6	61,1	62,5	63,3	64,2	61,1	63,5	66,5	64,3	58,0

Passamos a apresentar a análise aos três serviços de programas nacionais privados quanto ao cumprimento das quotas de música recente, definida em 35 %, apurada sobre o total de música portuguesa difundida [art.º 41º, n.º1].

Conforme demonstra o quadro acima e tal como no ano transato, é a *RFM* que apresenta ao longo do ano as percentagens mais elevadas de música recente, nomeadamente nos meses de outubro a dezembro com valores acima dos 60 %.

Fig. 17 – Apuramento da difusão de música recente nas 24 horas de emissão

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
RFM	42,5	41,7	30,4	31,6	35,5	34,6	45,6	57,2	58,7	60,8	64,4	61,0
Rádio Renascença	9,4	8,3	6,9	4,9	6,1	6,1	14,1	14,5	14,5	21,0	23,7	29,8
Rádio Comercial	0,9	10,1	17,8	26,0	25,6	28,3	37,0	36,0	37,7	39,0	44,4	50,7

No que respeita à *Rádio Comercial* verifica-se que a partir do segundo semestre de 2013 apresentou valores entre os 37 e os 50,7 pontos percentuais, corrigindo os desvios negativos observados nos primeiros 6 meses do ano, e superando a quota mínima de 35 % prevista para a música recente.

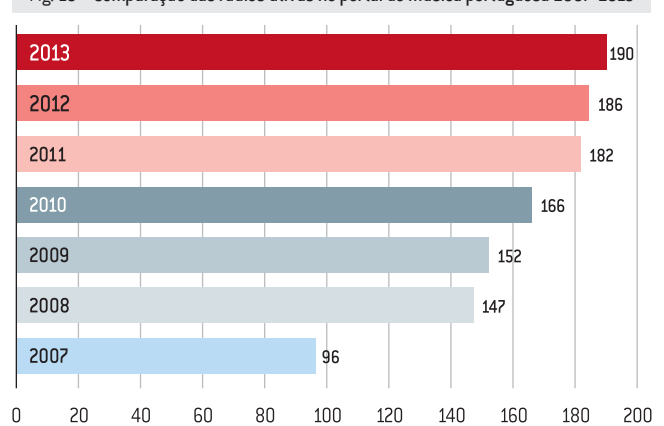
À semelhança do observado no ano anterior, a *RR*, em 2013, é o serviço de programas com valores mais baixos de música recente. No entanto, nos últimos meses do ano registou-se um aumento substancial destes valores, contabilizando este serviço de programas no mês de dezembro uma quota já perto dos 30 %, indicador positivo da correção dos desvios negativos até então observados. Há que referir os condicionalismos que resultam do modelo programático e musical da *Rádio Renascença*, sendo que os serviços de programas direcionados a um público mais jovem apresentaram uma quota mais elevada de música recente.

5. ANÁLISE EVOLUTIVA 2008-2013

Apresenta-se, agora, a análise evolutiva da utilização do Portal Rádio, desde a sua implementação, dezembro de 2007 até ao final de 2013, quer no que concerne à adesão de novos operadores ao sistema de apuramento automático, quer no que respeita aos dados contabilizados através da aplicação, isto é, a evolução registada nos serviços de programas ao longo deste período.

Conforme quadro comparativo acima (Fig. 18) no decorrer de 2013 aderiram ao Portal de Rádio quatro serviços de programas, encontrando-

Fig. 18 – Comparação das rádios ativas no portal de música portuguesa 2007-2013



-se agora ativos 190 serviços de programas. Saliente-se, no entanto, que destes, 24 estão isentos de quota, dada a alteração da classificação para temáticos musicais, pelo que os seus valores não integram os apuramentos realizados neste relatório.

Manteve-se o processo de sensibilização dos operadores com vista à adesão de todos os serviços de programas à aplicação automática de apuramento das quotas de música portuguesa cujos resultados foram significativos já em 2014, pelo que serão apresentados no relatório do próximo ano.

5.1. OPERADORES LOCAIS

Apresenta-se na figura 19 uma análise incidente no comportamento semestral dos operadores entre 2008 e 2013.

Fig. 19 – Percentagem média por semestre da quota de 25 % nas 24 horas de emissão

Ano	> 25 %		< 25 %	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2008	84,3	–	84,9	–
2009	87,4	▲	88,4	▲
2010	85,3	▼	83,6	▼
2011	85,5	▲	84,8	▲
2012	91,0	▲	84,6	▼
2013	95,6	▲	95,8	▲

No que respeita à média semestral de operadores que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, em 2013, esta situa-se perto dos 96 %, a mais alta do sexénio 2008-2013, com uma subida de 4,6 % e de 11,2 % por semestre face ao mesmo período de 2012.

Fig. 20 – Percentagem média por semestre da quota de 25 % no período das 07h00m às 20h00m

Ano	> 25 %		< 25 %	
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre
2008	85,0	–	86,2	–
2009	91,3	▲	89,5	▼
2010	82,0	▼	81,9	▼
2011	87,0	▲	86,5	▲
2012	89,0	▲	82,6	▼
2013	96,3	▲	97,4	▲

Fig. 21 – Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m

Ano	> 60 %		< 60 %				
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	
2008	89,0	–	93,3	–	11,0	6,7	–
2009	96,9	▲	94,5	▲	3,1	5,5	▼
2010	80,3	▼	93,5	▼	19,7	6,6	▲
2011	91,3	▲	93,9	▲	8,7	6,1	▼
2012	95,8	▲	84,0	▼	4,2	16,0	▲
2013	92,2	▼	93,2	▲	7,8	6,8	▼

Relativamente a médias semestrais de difusões musicais no período diário de emissão (das 07h00m às 20h00m), as percentagens de cumprimento apuradas refletiram também um aumento substancial face a 2012, de 7,3 % nos primeiros seis meses do ano e de 11,6 nos seguintes, também aqui os valores mais elevados dos 6 anos demonstrados.

Debruçando-nos sobre as médias percentuais no período diário das 07h00m às 20h00m e quanto à difusão de temas em língua portuguesa interpretados por cidadãos da UE, observa-se uma variação positiva no segundo semestre de 2013 na ordem dos 9,2 %, sendo certo que a média observada em 2012, foi mais baixa do que em anos anteriores, evidenciando-se, porém, no primeiro semestre do ano de 2013 um decréscimo de 4,5 % face ao mesmo período do ano anterior.

Fig. 22 – Percentagem média por semestre da quota de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão

Ano	> 60 %		< 60 %				
	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	1.º semestre	2.º semestre	
2008	Sem apuramento						
2009	95,5	–	95,8	–	4,6	4,3	–
2010	80,9	▼	92,9	▼	19,1	7,1	▲
2011	92,2	▲	93,0	▲	7,8	7,0	▼
2012	96,8	▲	85,0	▼	3,2	15,0	▲
2013	91,7	▼	92,7	▲	8,3	7,3	▼

No que respeita ao apuramento da quota de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da UE, nas 24 horas de emissão, por impossibilidade técnica, a ERC não dispõe de dados referentes a 2008, pelo que a análise evolutiva desta contempla apenas o quinquénio 2009-2013.

Assim, nas médias observadas para a quota prevista no artigo 43.º da Lei da Rádio, relativa ao período das 24 horas de emissão, regista-se, no primeiro semestre de 2013, uma média de operadores na ordem dos 91,7 % e 92,7 % que cumprem a quota estabelecida (Figs. 21 e 22), numa variação negativa de 4,1 % no primeiro semestre, e positiva para 7,7 % no segundo semestre do ano.

5.2. OPERADOR REGIONAL

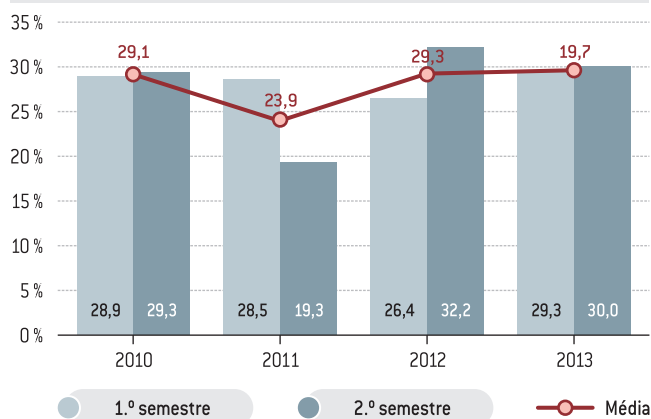
Apresenta-se a análise evolutiva semestral do operador com cobertura regional da zona sul do país apenas relativa ao quadriénio 2010-2013, aquando da alteração de formato entretanto ocorrida no operador Rádio Regional de Lisboa, que passou a difundir o serviço

de programas *M80 Rádio* em substituição do anterior *Rádio Clube Português*, existente em 2008 e 2009.

Fig. 23 – Apuramento da percentagem média por semestre M80 Rádio (2010-2013)

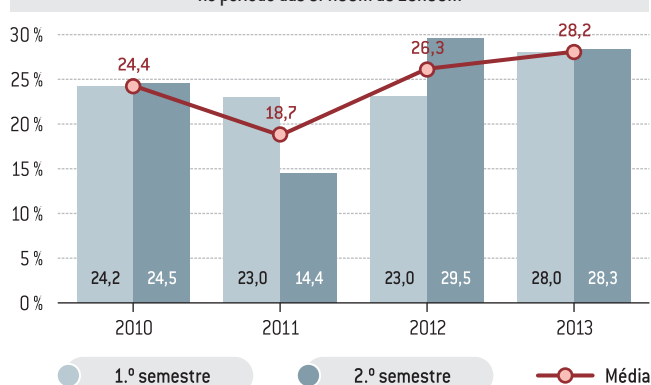
Ano	Art.º 41. n.º 1		Art.º 41.º e 47.º n.º 2		Art.º 43 e 47.º n.º 2		Art.º 43	
	Semestre		Semestre		Semestre		Semestre	
	1.º	2.º	1.º	2.º	1.º	2.º	1.º	2.º
2010	28,9	29,3	24,2	24,5	90,9	90,2	89,9	89,5
2011	28,5	19,3	23,0	14,4	90,4	91,3	89,3	89,7
2012	26,4	32,2	23,0	29,5	91,3	90,2	90,4	89,6
2013	29,3	30,0	28,0	28,3	86,3	85,1	86,1	84,2

Fig. 24 – Percentagem média por semestre da quota de 25 % nas 24 horas de emissão



Conforme se pode observar, com exceção do segundo semestre de 2011, o serviço de programas *M80* manteve ao longo dos quatro anos uma tendência estável perto do 30 % de difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão, valores acima dos 25 % inscritos no n.º 1 do artigo 41.º da Lei da Rádio.

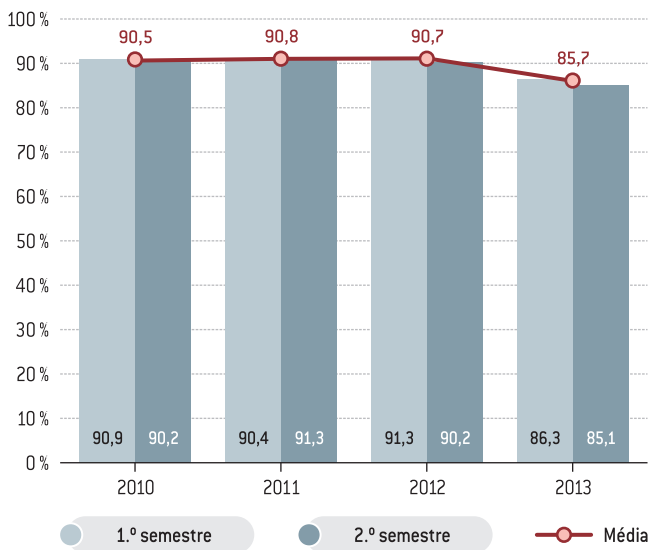
Fig. 25 – Percentagem média por semestre da quota de 25 % no período das 07h00m às 20h00m



No período compreendido entre as 07h00m e as 20h00m, nos termos da análise realizada ao abrigo dos artigos 41.º e 47.º, n.º 2, a média dos quatro anos observados é mais instável, sendo, porém, de evidenciar o crescimento assinalável nos dois últimos anos.

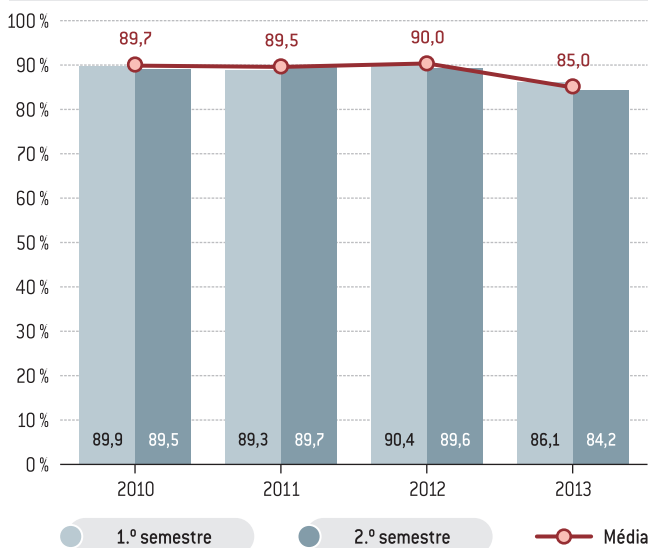
No período de maior audiência, entre as 07h00m e as 20h00m, período previsto nos artigos 43.º e 47.º, n.º 2, e atendendo às demonstrações

Fig. 26 – Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m



acima das percentagens de música em língua portuguesa difundidas por semestre no quadriénio 2010-2013, constata-se que houve uma descida face aos anos anteriores, verificando-se, no entanto, percentagens muito confortáveis por semestre e a manutenção de uma média anual bastante superior à quota mínima de referência de 60 %.

Fig. 27 – Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa nas 24 horas de emissão



Da mesma forma, os percentuais das médias semestrais observadas nas 24 horas de emissão de música em língua portuguesa, estiveram acima dos 85 %, bastante acima da quota mínima prevista na lei, não obstante a diminuição face às médias observadas no ano transato.

5.3. OPERADORES NACIONAIS

Apresentam-se, de seguida, as tendências das médias anuais dos serviços de programas de âmbito nacional, apuradas tendo por base as médias semestrais alcançadas, no período compreendido entre 2008 e 2013.

Fig. 28 – Percentagem média anual de música portuguesa nas 24 horas de emissão (2008-2013)

Ano	RFM	Rádio Renascença	Rádio Comercial
2008	27,2	30,9	26,9
2009	27,4	29,6	26,2
2010	26,8	29,9	27,8
2011	25,9	31,0	28,8
2012	26,3	30,4	29,8
2013	26,0	29,5	29,5

Pela análise comparativa dos seis anos dos três serviços de programas de âmbito nacional, privados, no que respeita à difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão, constata-se que *Rádio Comercial* é a que apresenta uma tendência de crescimento ao longo do período analisado, pese embora a ligeira descida da percentagem anual de 2013. A *RR* apesar da pequena descida percentual de 2013, apresenta as médias anuais mais elevadas dos três serviços de programas.

A *RFM*, com algumas oscilações nos percentuais anuais, apresenta médias na ordem dos 26 %.

Fig. 29 – Percentagem média anual de música portuguesa no período das 07h00m às 20h00m (2008-2013)

Ano	RFM	Rádio Renascença	Rádio Comercial
2008	26,9	34,4	27,0
2009	28,8	26,2	27,0
2010	28,1	26,5	29,0
2011	26,0	24,5	27,7
2012	25,8	25,3	29,9
2013	25,3	26,6	30,0

Do quadro supra constata-se, também aqui, no período das 07h00m às 20h00m, a tendência de crescimento das percentagens anuais de difusão de música portuguesa por parte da *Rádio Comercial*, com médias superiores aos demais serviços de programas analisados, na ordem dos 27 % e 29 %.

A *RR* apresenta alguma estabilidade nas médias anuais neste período de emissão, entre os 24 % e os 26 %, com exceção de 2008 em que alcança o valor mais elevado quer dos seus, quer dos valores apurados para os outros dois serviços analisados.

Quanto à *RFM*, assinala-se uma tendência decrescente neste período de emissão, situando-se em 2013, na ordem dos 25 %.

Fig. 30 – Percentagem média anual de música em língua portuguesa no período das 07h00m às 20h00m (2008-2013)

Ano	RFM	Rádio Renascença	Rádio Comercial
2008*	85,8	76,8	56,7
2009	93,2	92,8	58,4
2010	65,7	72,4	60,1
2011	64,0	80,7	57,6
2012	66,1	83,0	61,0
2013	73,0	81,9	63,0

* Valores somente referentes ao 2.º semestre de 2008.

Por último, no que respeita ao apuramento da média anual referente às difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da UE, no

período de emissão entre as 07h00m e as 20h00m, observa-se que a *RR* apresenta as médias mais altas ao longo do sexénio e dos três serviços analisados.

A *RFM* apresenta uma subida nas percentagens médias dos últimos dois anos, inferiores ao valor máximo alcançado em 2009, de 93 %.

No que respeita à *Rádio Comercial*, apesar de apresentar percentuais anuais inferiores aos dois outros serviços de programas, regista uma tendência de crescimento das médias alcançadas no sexénio.

6. REGIME DE EXCEÇÃO

A Lei da Rádio estabelece, no seu artigo 45.º, um regime de exceção para serviços de programas cujo modelo específico de programação se baseie na difusão de géneros musicais insuficientemente produzidos em Portugal.

O Regulamento da ERC, n.º 495, aprovado, em 28 de agosto de 2008, estabelece, no seu artigo 2.º, que apenas os serviços classificados como temáticos musicais, e de acordo com o projeto licenciado, podem requerer a isenção das quotas previstas na lei.

Esses serviços de programas devem obedecer a modelos de programação específicos dedicados à difusão dos géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, sendo estes: *hip-hop/rap/urban, infantil, jazz/bules, dance e música clássica*, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP – Associação Fonográfica Portuguesa.

Ao abrigo do regime de exceção, foram autorizadas as isenções de cumprimento das quotas constantes na figura 31, que totalizam 33 serviços de programas que contemplam uma programação musical centrada nos géneros *dance music, hip-hop e jazz*.

Fig. 31 – Serviços de programas temáticos isentos do cumprimento de quota ao abrigo do artigo 45.º da Lei da Rádio e do Regulamento da ERC n.º 495/2008

Designação	Concelho	Tipo de Rádio	Tipo de Emissão	Rádio Ativa
Cid FM Minho	Amares	Temática	Local	Sim
Cidade FM Tejo	Montijo	Temática	Local	Sim
Cidade FM Vale Cambra	Vale de Cambra	Temática	Local	Sim
CidadeFM Alentejo	Redondo	Temática	Local	Sim
CidadeFM Algarve	Loulé	Temática	Local	Sim
CidadeFM Centro	Penacova	Temática	Local	Sim
CidadeFM Lisboa	Lisboa	Temática	Local	Sim
CidadeFM Ribatejo	Alcanena	Temática	Local	Sim
CidadeFM Viseu	Viseu	Temática	Local	Sim
Hiper FM	Rio Maior	Temática	Local	Sim
Kiss FM	Albufeira	Temática	Local	Não
Kiss FM	Oeiras	Temática	Local	Sim
Mega Hits	Lisboa	Temática	Local	Não
Mega Hits Aveiro	Aveiro	Temática	Local	Sim
Mega Hits Porto	Porto	Temática	Local	Não
Mega Hits Sintra	Sintra	Temática	Local	Não
MegaFM Coimbra	Coimbra	Temática	Local	Não
Nove3Cinco	Póvoa de Lanhoso	Temática	Local	Sim
Orbital	Loures	Temática	Local	Não
Oxigénio	Oeiras	Temática	Local	Não
Radio Clube do Minho	Braga	Temática	Local	Sim
Rádio Clube Monsanto	Idanha-a-Nova	Temática	Local	Sim
Rádio Independente de Aveiro	Aveiro	Temática	Local	Não
Rádio Marginal	Cascais	Temática	Local	Não
Rádio Nova Era	Vila Nova de Gaia	Temática	Local	Sim
Rádio Nova Era	Paredes	Temática	Local	Sim
Rádio Satélite	Vila Nova de Gaia	Temática	Local	Sim
RES FM	Alpiarça	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Figueiró dos Vinhos	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Barreiro	Temática	Local	Sim
Smooth FM	Matosinhos	Temática	Local	Sim
Smooth FM Lisboa	Lisboa	Temática	Local	Sim
Smooth FM Santarém	Santarém	Temática	Local	Sim

* Dos 33 serviços de programas temáticos musicais isentos, 24 são considerados ativos dado que já enviaram ou enviam dados através do portal das quotas de música embora não sejam contabilizados nos apuramentos percentuais.

SÍNTESE CONCLUSIVA

No decurso de 2013, foi realizada a monitorização média de 111 serviços de programas através do sistema automático de quotas de música, de um número de 190 serviços ativos.

Tendo por base as diversas formas de monitorização desenvolvidas, foram observados 121 serviços de programas, o que corresponde a 36,3 % do universo das rádios licenciadas.

Dos serviços ativos analisados e no que respeita aos de âmbito local, de acordo com os dados rececionados, mais de 90 % cumpre a quota legal de 25 % de difusão de títulos portugueses.

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

O serviço de programas de âmbito regional *M80* cumpriu e apresentou percentagens superiores à quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão e no período das 07h00m às 20h00m.

Da subquota de 60 % também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 90 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os três operadores privados nacionais cumprem ou ultrapassam a quota de 25 % de música portuguesa tanto nas 24 horas de emissão

como no período das 07h00m às 20h00m, tendo sido a *Rádio Comercial* que apresentou maior percentagem de música portuguesa.

Da subquota de 60 % os serviços de âmbito nacional *RFM* e a *RR* ultrapassaram nas suas emissões a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo sido a *RR* que apresentou maior percentagem de música em língua portuguesa.

Na *Rádio Comercial* e tendo por base os dados contabilizados por via da aplicação automática, verificaram-se vários desvios à quota mínima estabelecida, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 07h00m e as 20h00m, mas que podem configurar uma difusão efetiva superior.

Da quota de 35 % de música recente nos serviços de programas nacionais, a *RFM* e a *Rádio Comercial* apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido. No entanto, a *Rádio Renascença* ficou aquém da quota estabelecida, embora apresente progressos face ao ano anterior no sentido de correção da quota.

Os afastamentos acima identificados das quotas mínimas estabelecidas na lei encontram-se sob monitorização e correção.

Encontram-se isentos de cumprimento de quota 33 serviços de programas temáticos musicais, ao abrigo do regime de exceção previsto no artigo 45.º da Lei da Rádio e tendo por base o Regulamento da ERC (n.º 495/98) cuja programação assenta no género *dance music*, *hip-hop* e *jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

1.1. OBJETIVOS

A análise ora apresentada pretende dar a perspetiva do comportamento dos serviços de programas radiofónicos *Antena 1* e *3*, concessionários do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

A relevância desta avaliação decorre das obrigações impostas pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio), que estabelece que o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público, nos termos do artigo 42.º do identificado diploma, está sujeito a uma quota de emissão de música portuguesa não inferior a 60 % da totalidade da música emitida.

Da mesma forma, está sujeito ao previsto no artigo 44.º da Lei da Rádio, que estabelece a obrigação de emissão de uma quota de 35 % de difusões musicais editadas nos últimos 12 meses.

No que respeita à *Antena 3*, que não se encontra sujeita a obrigações específicas enquanto concessionário de serviço público, incumbe o respeito e cumprimento das quotas previstas para os demais serviços de programas generalistas, nomeadamente a emissão de 25 % de música portuguesa, 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 07h00m e as 20h00m (cf. artigos 41.º, n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio).

Apresenta-se neste documento a avaliação evolutiva do sexénio 2008-2013 e respetivos apuramentos médios semestrais.

1.2. METODOLOGIA

Para apuramento das quotas, as informações aqui expostas resultam da validação feita pela ERC dos dados rececionados no Portal de Rádio.

O apuramento das quotas de música portuguesa é efetuado mensalmente, através do sistema de informação da ERC, e tem como base

o número de composições difundidas por cada serviço de programas no mês anterior.

Os elementos em questão rececionados via automática, têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei:

- Quota nas 24 horas de emissão – Apuramento, em 24 horas de emissão, do cumprimento pelo primeiro e terceiro serviços de programas da concessionária de serviço público da emissão de uma percentagem não inferior, respetivamente, a 60 % e a 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.
- Quota no período diário compreendido entre as 07h00m e as 20h00m – Apuramento, no período de emissão diário das 07h00m às 20h00m, da emissão de uma percentagem não inferior a 60 % e a 25 % de música portuguesa, apurada em função da totalidade da música difundida.
- Quota de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia (EU) – Apuramento do cumprimento da obrigação de emissão de uma percentagem não inferior a 60 % de música composta ou interpretada, em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da UE entre as 07h00m as 20h00m.
- Quota de música portuguesa recente – Difusão de uma percentagem igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

2. ANTENA 1

2.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da totalidade da música nele difundida.

A obrigação de emissão de 60 % de música portuguesa é apurada,

Fig. 1 – Difusão de música portuguesa (valores em %)

Período horário de emissão	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
24 horas	98,5	98,7	99,1	99,1	98,7	98,6	98,0	99,3	97,6	96,8	97,2	94,7
Das 07h00 às 20h00m	98,5	98,5	99,1	99,2	98,5	98,6	97,8	99,1	97,8	96,3	97,0	94,2

Fig. 2 – Evolução comparativa 2008–2013 (valores em %)

Ano	24 horas		Das 07h00m às 20h00m					
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre		
2008	48	–	48	–	48	–	48	–
2009	20	▼	20	▼	20	–	20	–
2010	23	▲	23	▲	23	▼	23	▲
2011	–	▲	–	▲	–	▲	–	▲
2012	18	▲	18	▲	18	▲	18	▲
2013	19	▲	19	▼	19	▲	19	▼

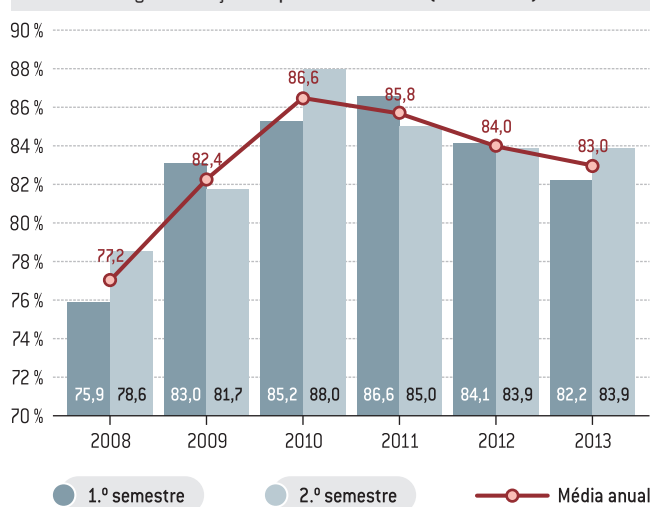
anterior. Sublinha-se, porém, a tendência mais constante de crescimento da difusão de música portuguesa.

2.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

Fig. 3 – Difusão de música composta por cidadãos da UE, entre as 07h00m e as 20h00m

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Antena 1	82,5	81,5	81,6	82,7	82,8	82,0	83,2	83,0	83,9	83,3	84,9	85,1

Fig. 4 – Evolução comparativa 2008-2013 (valores em %)



Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da UE, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

Conforme se pode verificar no quadro acima representado, regista-se ao longo de 2013 uma tendência percentual elevada, superior a 80 %, de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos da UE (Fig. 3).

Atendendo às médias anuais e semestrais apuradas verifica-se que, com exceção do 1.º ano de monitorização, os valores alcançados são sempre superiores a 80 %, com um pequeno decréscimo em 2013 (Fig. 4).

ainda, com referência ao período entre as 07h00m e as 20h00m, nos termos do artigo 42.º conjugado com o n.º 2 do artigo 47.º da Lei da Rádio.

Pela leitura dos valores do quadro acima, no qual se apresentam os dados referentes a todo o ano de 2013, constata-se que a quota apurada mantém-se muito elevada, quer no período das 24 horas quer no período de emissão compreendido entre as 07h00m e as 20h00m, registando-se valores superiores a noventa pontos percentuais em todos os meses do ano, concluindo-se, por conseguinte, que a grande maioria das difusões musicais no operador de serviço público são portuguesas.

Tendo presentes os valores do sexénio 2008-2013, constata-se que a percentagem de música portuguesa, se situou perto dos 100 %, em particular nos últimos dois anos.

Dos dados apurados, regista-se uma descida nos valores do segundo semestre de 2013, nos dois períodos de emissão analisados, quer relativamente ao semestre anterior do mesmo ano, como do ano

2.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

A Lei da Rádio estabelece ainda que 35 % das composições portuguesas difundidas sejam temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, conforme resulta do artigo 44.º da Lei da Rádio.

Observando agora a quarta vertente em análise, verifica-se que, de acordo com os dados rececionados, a quota mínima de 35 % de música recente tem vindo a ser cumprida e superada, sendo que nos últimos meses de 2013, entre agosto e dezembro, registaram-se valores ligeiramente inferiores aos alcançados no mesmo período no ano anterior (Fig. 5).

Importa aqui assinalar que em 2012, pela primeira vez, foi possível obter a compilação anual dos dados referentes à obrigação de música recente, atendendo não só à alteração legislativa ocorrida nesse ano,

Fig. 5 – Música Recente (valores em %)

Ano	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
2012	33,2	35,2	33,2	34,3	35,5	36,2	37,3	34,1	37,8	37,9	42,0	39,2
2013	36,5	42,6	37,2	36,9	37,0	35,7	38,6	33,3	35,0	37,0	39,0	39,1

Fig. 6 – Difusão de música portuguesa nas 24 horas de emissão (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Antena 3	58,9	61,6	61,4	60,6	60,2	60,0	58,4	58,8	59,8	59,5	60,2	59,4

que facilitou a recolha de informação pela ERC e sua disponibilização ao público, mas também pelas alterações ocorridas no Portal Rádio que flexibilizaram a inserção da informação.

3. ANTENA 3

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP - *Antena 3* – está sujeito, nos termos da Lei, à aplicação das quotas gerais estabelecidas para os operadores privados, nomeadamente à obrigação de difusão de uma quota mínima de 25 % de música portuguesa, bem como a uma subquota de 60 % preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da UE e de 35 % de música recente.

3.1. APURAMENTO DO CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

Procede-se, neste ponto do relatório, à verificação da obrigação de difusão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão (cf. artigo 41.º Lei da Rádio)

Conforme resulta da análise dos dados apresentados na Fig. 6, verifica-se o cumprimento da quota de 25 % em todos os meses do ano

Fig. 7 – Evolução comparativa 2008-2013 (valores em %)

Ano	24 horas	
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre
2008	43,0	41,6
2009	42,2	41,1
2010	41,6	40,7
2011	40,5	44,7
2012	46,0	57,6
2013	60,5	59,4

Fig. 8 – Apuramento do cumprimento da sub-quota de 60 % entre as 07h00m e as 20h00m (valores em %)

Operador	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Antena 3	55,1	54,3	52,1	52,5	50,8	53,5	56,1	54,1	56,8	58,5	59,7	61,5

Fig. 9 – Evolução comparativa 2008-2013 (valores em %)

Ano	Das 07h00m às 20h00m	
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre
2008	62,8	65,3
2009	67,3	64,5
2010	68,6	68,0
2011	62,3	66,5
2012	61,2	55,6
2013	53,1	57,8

de 2013. Da análise do sexénio (Fig. 7), desde logo, evidencia-se o aumento dos valores relativamente aos do ano anterior, num diferencial positivo de 14,3 % e 1,8 %.

3.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

Também é aplicável ao terceiro serviço de programas da concessionária de serviço público, a obrigação de difusão de preenchimento da quota de 25 % de música portuguesa com, pelo menos, 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa (cf. artigo 43.º).

No que atende a esta subquota, regista-se que, a partir de outubro, veio a ser corrigida, apresentando já em dezembro o valor de 61,5 %, superior ao mínimo estabelecido (Fig. 8).

Atendendo aos apuramentos das médias semestrais no sexénio (Fig. 9), registou-se em 2013 uma evolução positiva do primeiro para o segundo semestre, sendo que se verificou um diferencial positivo face ao mesmo período do ano transato de 2,2 %.

É de assinalar que se registou na *Antena 3* um incremento notório da difusão de temas de música portuguesa com intérpretes e bandas nacionais, grande parte interpretados em inglês.

Fig. 10 – Música Recente (valores em %)

Ano	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
2012	69,3	74,1	77,8	74,3	76,5	74,7	71,1	71,0	70,5	68,5	67,6	70,7
2013	68,5	65,5	67,3	70,7	72,4	77,4	78,1	79,8	80,4	79,3	77,6	77,1

Todavia para a subquota de 60 % só são contabilizados os títulos interpretados em língua portuguesa, o que influi necessariamente nos valores observados. Acresce ainda que a difusão de programas musicais, de autor, ou de programas musicais em bloco, não reportados à ERC, poderá ter impactos negativos nos valores apurados via aplicação automática.

3.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

Por último, o serviço de programas *Antena 3* está, ainda e também, obrigado ao respeito pelo estabelecido do artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de 25 % deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

Atentos os percentuais observados na *Antena 3*, nos dois anos analisados verifica-se que os temas difundidos em todos os meses foram maioritariamente recentes.

Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de 25 % de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, pelo que se constata, face aos apuramentos registados, que foi suficiente a produção musical enquadrável na linha musical e editorial desta rádio.

SÍNTESE CONCLUSIVA

Em matéria de difusão da música portuguesa, a *Antena 1* cumpriu

as exigências previstas no artigo 42.º da Lei da Rádio, de emissão de uma percentagem não inferior a 60 %, quer no apuramento nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 07h00m e as 20h00m, tendo sido registadas, em 2013, percentagens perto dos 100 % de difusão de música portuguesa.

No que respeita à emissão de 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da UE, a média mensal e semestral, situou-se sempre acima dos 80 %, à semelhança do avaliado em anos precedentes.

No que toca à difusão de 35 % de música recente, as quotas foram sempre superiores à quota mínima e têm vindo a aumentar significativamente, registando-se no último mês do ano um percentual de 39,9 %.

A *Antena 3*, ao nível de cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, situou-se perto ou acima dos 60 % nas 24 horas de emissão.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, no período das 07h00m às 20h00m, o sistema contabilizou na *Antena 3*, no segundo semestre, valores abaixo dos 60 pontos percentuais, afigurando-se não ter sido reportada toda a programação musical portuguesa difundida, situação a ser acompanhada e monitorizada.

No que atende à quota de música recente, a *Antena 3* registou, no decorrer do ano 2013, valores substancialmente superiores aos previstos na lei, na ordem dos 70 %, o que demonstra uma programação musical com grande suporte na divulgação de nova música portuguesa.



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL