

ERC

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**RELATÓRIO
DE REGULAÇÃO
2019**

FICHA TÉCNICA

Título: Relatório de Regulação 2019

Edição: ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Av. 24 de Julho, 58

1200-869 Lisboa

Tel. 210 107 000

Fax 210 107 019

Internet www.erc.pt

E-mail info@erc.pt

Supervisão geral: Conselho Regulador

Coordenadores de áreas:

Adelaide de Jesus

Carla Martins

Celeste Grácio

Paulo Barreto

Rui Mouta

Tânia de Moraes Soares

Telmo Gonçalves

Vanda Cruz

Lisboa, setembro de 2020

ÍNDICE

VOLUME I

Sumário Executivo	a
Atividade Regulatória:	
• A ERC em 2019 – Números mais significativos	1
• Deliberações do Conselho Regulador	3
• Iniciativas de regulação iniciadas ou finalizadas em 2019	9
• Os <i>Media</i> Digitais e a Desinformação	25
• Linha Temática Proteção de Menores	37
• Atividades de Literacia Mediática da ERC em 2019	42
• <i>Media</i> e Género – Promoção da igualdade entre homens e mulheres e combate aos estereótipos de género nos <i>media</i>	79
• A Diversidade Sociocultural nos <i>Media</i>	97
• O ERGA e a Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual” revista: Alguns desafios regulatórios	101
• Atividade sancionatória da ERC durante o ano 2019	106
Os Meios:	
• Oferta e Consumos de <i>Media</i>	115
• Investimento Publicitário: A evolução do mercado nos últimos 10 anos	141
• Publicidade institucional do Estado	161
• Registo de órgãos de comunicação social	170
• Sondagens e Estudos de Opinião	192
• Análise Económico-Financeira do Setor de <i>Media</i> em Portugal 2019	198
• Transparência dos Media: Titularidade, Gestão e Meios de Financiamento	241
Radiodifusão Sonora:	
• Análise da Programação da rádio pública – Antena 1, Antena 2 e Antena 3	325
• Títulos habilitadores para o Exercício de Radiodifusão Sonora	375
• Fiscalização das rádios locais em 2019	383
• Quotas de música portuguesa	386
• Quotas de música portuguesa – Serviço Público	402

VOLUME II

Televisão

• Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos:	
– Análise das Obrigações de Programação - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3	410
– Análise dos Serviços Noticiosos de Horário Nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV	455
• Rigor, Isenção e Proteção de Públicos Sensíveis na informação televisiva diária de serviços de programas generalistas – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV	469

ERC – Relatório de Regulação 2019

• Anúncio da Programação	491
• Publicidade televisiva	503
• Acessibilidade dos serviços de programas televisivos	509
• Níveis de Volume sonoro nas emissões televisivas	541
• Difusão de obras audiovisuais:	
– Defesa da língua portuguesa	546
– Produção europeia e independente	557
• O Mercado Audiovisual Português	572

VOLUME I

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2019

VERSÃO SEM REVISÃO DE TEXTO
E DE GRAFISMO PROFISSIONAL

SUMÁRIO EXECUTIVO

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

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

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

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

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

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

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

Dada a extensão das matérias abordadas no Relatório e correspondendo a uma solicitação da **Comissão de Ética, Sociedade e Cultura da Assembleia da República**, por ocasião da apresentação e discussão do Relatório de Regulação de 2007, expõem-se neste Sumário Executivo **os dados mais significativos** relativos aos diversos sectores da comunicação social, os quais **são desenvolvidos e aprofundados nos volumes que integram o Relatório de Regulação 2019**.

ATIVIDADE REGULATÓRIA

A ERC EM 2019 - NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

Sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2019:

- **350** Deliberações
- **1** Diretiva
- **50** Reuniões do Conselho Regulador
- **2** Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto e na Comissão Parlamentar de Cultura e Comunicação
- **2** Reuniões do Conselho Consultivo

E ainda:

- **9695** Entradas
- **1516** Processos abertos
- **86** Recursos humanos
- **90 700,20** euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)
- **10** Publicações.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

Em 2019, a atividade deliberativa do Conselho Regulador da ERC caracterizou-se pela emissão de uma diretiva sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica, na qual o órgão regulador reiterou a sua preocupação em torno deste problema social e sublinhou algumas recomendações dirigidas aos órgãos de comunicação que se encontram sob sua supervisão, e pela adoção de 350 deliberações, na sua maioria referentes a situações verificadas em serviços de programas televisivos. O

Conselho Regulador procedeu ainda à aprovação de 348 informações relativas a procedimentos officiosos de análise e fiscalização desencadeados pelos serviços da Entidade.

A ERC soma, desde 2006, um total de 3903 Deliberações, que podem ser lidas, na íntegra, no seu sítio eletrónico (www.erc.pt), em cumprimento do que se encontra determinado nos seus Estatutos. Refira-se que as deliberações são tomadas por maioria, exigindo-se, em qualquer caso, o voto favorável de três dos cinco elementos que compõem o Conselho Regulador.

O órgão regulador reúne ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou a solicitação de dois dos restantes membros. Em 2019, o Conselho Regulador reuniu por 50 ocasiões. As matérias referentes a conteúdos programáticos, conteúdos jornalísticos, rigor informativo, direito de resposta e de retificação e autorizações (ora para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio, ora para o exercício da atividade de televisão) dominaram, no global, os temas alvo de pronúncia por parte dos Conselheiros.

A Televisão foi o suporte de OCS mais visado nas deliberações emitidas pela ERC, com um peso de 53,4 %, seguido da Imprensa, com 28,03 %, da Rádio, com 21,21 % e da Internet, com 13,64 %. As deliberações que envolvem diversos meios de comunicação representaram 16,29 %.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2019

Enumeram-se as principais ações que a ERC começou ou concluiu durante 2019, em matéria de regulação e de supervisão:

ERC publica Diretiva sobre a cobertura jornalística da violência doméstica

Em fevereiro, a partir das conclusões do estudo da ERC "Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre", publicado em novembro de 2018, e da notícia de vários crimes ocorridos em janeiro, o Conselho Regulador da ERC aprovou uma [Diretiva](#) sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica, na qual reitera a sua preocupação em torno deste problema social e sublinha algumas recomendações dirigidas aos órgãos de comunicação que se encontram sob sua supervisão.

ERC publica Qualidade da Legendagem para Surdos nas Televisões Generalistas

Em março, a ERC tornou público um relatório sobre a "Qualidade da Legendagem para Surdos" nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI), como mais um contributo para as acessibilidades para pessoas com necessidades especiais. O estudo apresenta as conclusões das práticas de divulgação da grelha de programação com legendagem para surdos na imprensa, nos sítios eletrónicos dos canais e via teletexto, bem como os resultados da análise à qualidade da legendagem efetivamente associada aos programas nos 4 canais em sinal aberto.

Este trabalho vem na sequência do compromisso da ERC com a proteção dos direitos dos públicos com necessidades especiais e da definição do "Guia de Boas Práticas" em matéria de legendagem para surdos, de dezembro de 2018.

ERC participa na conferência “Direitos das pessoas com deficiência”

A ERC participou, no início de dezembro, na conferência “Direitos das pessoas com deficiência”, organizada pela ANICDV - Associação Nacional para a Inclusão dos Cidadãos com Deficiência Visual, que decorreu na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa. A ERC esteve representada pela Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, e interveio no painel “A importância do direito à informação”, sublinhando o direito fundamental de todos os cidadãos à acessibilidade, para o exercício da cidadania, e defendendo a necessidade de garantia ao acesso à informação e à inclusão de todos os cidadãos na vida pública.

ERC apela à contenção na exibição do vídeo de um massacre na Nova Zelândia

Em 20 de março, o Conselho Regulador emitiu um apelo aos órgãos de comunicação social sob jurisdição do Estado português para tratarem editorialmente ou eliminarem dos seus sítios eletrónicos um vídeo do massacre em duas mesquitas de Christchurch, na Nova Zelândia, ocorrido cinco dias antes e captado em tempo real pelo seu autor, por poder afetar os públicos sensíveis, de acordo com o art.º 7.º dos Estatutos da ERC.

Para esta chamada de atenção contribuiu o facto de as imagens não terem tido tratamento editorial e estarem acessíveis naqueles sítios. O Conselho Regulador registou o papel da informação numa sociedade democrática, realçando o princípio de responsabilidade social e o compromisso de defesa e promoção de valores e direitos constitucionais.

ERC apresenta, na Assembleia da República, o estudo “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional” e lança consulta pública

No início de abril, o Conselho Regulador da ERC entregou ao presidente da Assembleia da República, Eduardo Ferro Rodrigues, o estudo “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”, que reflete a dimensão, a abrangência e a problemática da proliferação de desinformação e de falsas narrativas online, nos quadros legais europeu e português, circunscrito às atribuições e competências da ERC. O estudo foi elaborado pelo Departamento de Análise de *Media* e pelo Departamento Jurídico, com supervisão do vice-presidente do Conselho Regulador, Mário Mesquita, por solicitação do presidente do Parlamento.

Nele a ERC propõe várias ações contra a desinformação através dos meios eletrónicos. Como adotar uma redefinição do conceito de órgão de comunicação social, por referência à Deliberação 202/2015 (OUT), para incluir as entidades responsáveis pela produção, agregação ou difusão no ambiente digital e no ensino e na formação, o reforço da literacia mediática para os cidadãos de todas as idades, a sua integração nos currículos escolares e para formação de professores.

Na legislação a ERC propõe: consagrar uma norma específica que adote, a partir do conceito comunitário, uma definição de desinformação e que preveja a sua ilicitude quando relacionada com a violação de valores fundamentais como a dignidade, a igualdade, a não discriminação e tolerância, a segurança e ordem públicas e a saúde pública.

Ainda na área legislativa sugere: a revisão da Lei do Regime Jurídico da cobertura jornalística nos períodos eleitorais e que regula a Propaganda Eleitoral através de Meios de Publicidade (Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho), a necessidade de alterações às leis da

Televisão, da Rádio e de Imprensa, e do Decreto Regulamentar dos Registos, para adaptá-lo ao digital e permitir a efetiva aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados. No contexto dos meios, sublinha a necessidade de garantir a aplicação e monitorização do Código de Boas Práticas contra a Desinformação, o reforço de recursos e de sanções dissuasoras e a transparência do financiamento das campanhas políticas *online*.

ERC participa em fóruns na área da Literacia Mediática

Em meados de março, a ERC esteve presente em diferentes reuniões e encontros promovidos pela Comissão Europeia, em Bruxelas, no contexto da Semana Europeia da Literacia Mediática.

Em maio, a ERC coorganizou a V edição do “Congresso de Literacia, *Media* e Cidadania”, sob o tema “Tecnologia, Desinformação e Ética” e promovido pelo Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) de que o regulador dos *media* faz parte. Nesse quadro, participou com várias comunicações e dinamizou uma ação semelhante às que promove em escolas e bibliotecas, entre outros organismos.

A V edição do Congresso centrou-se na apresentação de projetos, no debate sobre as plataformas digitais, nos *media* dirigidos ao público em geral e nos especializados em literacia para os *media*, passando pelas dinâmicas de oferta e consumo por audiências fragmentadas. A desinformação foi um dos temas em que a regulação mais foi apresentada como solução, a par da literacia mediática, para capacitar todos os públicos para o impacto das tecnologias num contexto em que já são usadas a realidade virtual e a inteligência artificial.

ERC promove curso de Regulação com o ISCTE, Sindicato dos Jornalistas e Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas

Desde o início de maio e até ao início de junho decorreu a primeira edição do Curso de Especialização em Regulação e Deontologia dos *Media*, no Instituto para as Políticas Públicas e Sociais do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), em Lisboa. O curso resultou de uma parceria entre a ERC, o ISCTE, o Sindicato dos Jornalistas e a Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas e foi dirigido a profissionais da comunicação social, assessores de imprensa, reguladores, juristas, académicos e públicos de informação, para habilitá-los no conhecimento dos direitos fundamentais e da legislação específica de supervisão do setor.

Outra dimensão do curso foi a de preparação para o consumo crítico, nomeadamente contra a desinformação, com conteúdos sobre o rigor, a isenção e os limites à liberdade de imprensa, os direitos de resposta e de retificação, a oferta de obras europeias, as acessibilidades para pessoas com necessidades especiais, a transparência dos *media* e as modalidades de regulação na Europa, entre outros.

ERC lança o Portal da Transparência

Em dezembro, a ERC tornou público o Portal da Transparência no endereço <https://portaltransparencia.erc.pt>, com informação sobre a titularidade, gestão e meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português. Este sítio assenta numa base de dados eletrónica desenvolvida para dar cumprimento ao n.º 1 do art.º 6.º da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho (“Lei da Transparência”). Esta determina que os elementos transmitidos à ERC no

âmbito destas obrigações são de acesso público, excluindo exceções previstas se invocados interesses fundamentais dos interessados.

Produção editorial da ERC em 2019

A partir dos dados e avaliações elaborados pelos seus Departamentos e Unidades, a ERC produz dossiês e capítulos temáticos que publica integralmente no seu sítio eletrónico. Alguns destes correspondem a versões mais contextualizadas de sínteses integradas no Relatório de Regulação. Eis os mais relevantes editados em 2019:

- Dossiê sobre "A Diversidade Sociocultural nos *Media*"
- Relatório "Acessibilidade dos Serviços de Programas Televisivos em 2018"
- Relatório "Publicidade Institucional do Estado em 2018"
- Relatório "Produção Audiovisual dos Serviços de Programas Televisivos em 2018"
- Relatório "Difusão de Música Portuguesa em 2018"
- Relatórios sobre a "Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 - Televisão" e "Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 - Rádio"
- Relatório "Análise da Programação da RTP1, RTP2,SIC, TVI, CMTV e RTP3 em 2018"
- Relatório "Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018"
- Relatório de avaliação das obrigações de Rigor, Isenção e Proteção de Públicos Sensíveis – Análise dos blocos noticiosos de horário nobre dos serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018"
- Relatório sobre "Análise económico-financeira do setor de *media* em Portugal 2018"

ERC publica Relatório de Avaliação da Observância do Pluralismo Político em 2018

O "Relatório de Avaliação da Observância do Princípio do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária" foi aprovado pelo Conselho Regulador, em 18 de dezembro de 2019 e visa reconhecer a garantia de uma equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político pelos operadores televisivos.

A observância do princípio do pluralismo político é acompanhada anualmente nos serviços do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira – e dos operadores privados – SIC, TVI e, pela primeira vez em relação a 2018, CMTV. A análise da presença de atores políticos foi feita a uma amostra dos blocos da informação diária do horário nobre e do universo da não-diária; todos os programas autónomos de comentário, debate, entrevista e edições especiais.

A avaliação do pluralismo centra-se na identificação da presença das formações e/ou dos atores políticos enquanto representantes das diferentes correntes de expressão e opinião na informação. Além dos membros dos Governos, de dirigentes e militantes dos partidos políticos, a análise compreende outras formações como a Presidência da República, os organismos públicos/do Estado, os empresariais/económicos nacionais, autarquias do Continente e das Regiões Autónomas, representantes dos bombeiros e Proteção Civil, representantes sindicais e cidadãos, entre outros, apenas se representados em interação com os atores da esfera político-partidária.

ERC sensibiliza órgãos de comunicação social para regras da cobertura jornalística eleitoral e sua acessibilidade

A anteceder os atos eleitorais para o Parlamento Europeu (26 de maio) e para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira (22 de setembro) e para a Assembleia da República (6 de outubro), a ERC lembrou as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião na véspera e no dia da votação.

No quadro das legislativas, o Conselho Regulador da ERC sensibilizou também os operadores televisivos, com competências no âmbito do Plano Plurianual (Deliberação ERC/2016/260 OUT-TV), de 30 de novembro, que define as obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, a emitirem a cobertura da noite das eleições legislativas — debate, comentário e análise —, acompanhada de interpretação por língua gestual portuguesa, e assim contribuírem para uma cidadania efetiva e participativa.

ERC inicia procedimento de elaboração de regulamento do registo eletrónico de OCS

A ERC aprovou, em 24 de abril de 2019, o início do procedimento de elaboração do regulamento que estabelece o Regime de atos de registo eletrónico de órgãos de comunicação social, ao abrigo do disposto no art.º 62.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com o previsto no n.º 3 do art.º 10.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 informou que se poderiam constituir como interessados no procedimento aqueles que, nos termos do n.º 1 do art.º 68.º do Código do Procedimento Administrativo, sejam: titulares de direitos, interesses legalmente protegidos, deveres, encargos, ónus ou sujeições, no âmbito das decisões que nele forem ou possam ser tomadas, as associações de defesa de interesses coletivos ou para proceder à defesa coletiva de interesses individuais dos seus associados, no âmbito dos respetivos fins. A ERC fixou em 30 dias o prazo para constituição de interessados e apresentação de contributos, por via escrita.

ERC publica Relatório de consulta pública ao Regulamento das Quotas de música portuguesa

No início de junho, a ERC apresentou um Relatório que reúne os contributos e questões dos participantes na Consulta Pública para a proposta de alteração do Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro, relativo às “Quotas de música portuguesa – Regime de exceção”, definidas no art.º 41.º, n.º 2, alíneas a) e b) e art.º 43.º, ambos da Lei da Rádio, bem como as reflexões subsequentes conduzidas pela ERC. Estas abordagens foram integradas na Deliberação ERC/2019/142 (OUT-R), publicada no sítio eletrónico. A proposta de alteração do Regulamento n.º 495/2008 foi publicada no Diário da República, 2.ª série, n.º 216, de 9 de novembro de 2017, Aviso n.º 13358 /2017.

Conselho Consultivo debate Desinformação, Transparência dos *Media* e *Infotainment*

Em meados de junho, o Conselho Consultivo da ERC reuniu-se na sede da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa (UCCLA), em Lisboa, para refletir sobre o combate à desinformação através do estudo “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”, conhecer as características e tipos de informações e de dados financeiros consultáveis no então futuro Portal da Transparência e inteirar-se sobre um estudo do regulador, ainda

em projeto, sobre a hibridização de géneros no âmbito de programas audiovisuais (infotainment).

ERC apoia Prémio Nacional de Jornalismo de Inovação

No final de julho, a ERC anunciou o apoio ao segundo Prémio Nacional de Jornalismo de Inovação lançado em 2018 e atribuído pela Agência Nacional de Inovação (ANI), com o Sindicato dos Jornalistas. O galardão premeia a qualidade de artigos jornalísticos sobre investigação e inovação de base científica e tecnológica publicados no ano anterior por órgãos de comunicação social de âmbito nacional e regional.

O apoio da ERC foi na definição das categorias: “Escrito”, “Áudio”, “Audiovisual e Multimédia” e “Regional”, com menções honrosas para trabalhos académicos e publicados em blogues ou podcasts. O Vice-Presidente, Mário Mesquita, e Eulália Pereira, do Departamento de Análise de *Media* participaram na avaliação das candidaturas e integraram o Júri Final, presidido pela ANI e com membros dos COMPETE 2020 e do Sindicato dos Jornalistas.

ERC lança consulta pública sobre cobertura informativa de incêndios e calamidades

No final de setembro, por deliberação do Conselho Regulador, a ERC lançou uma consulta pública para adotar uma Diretiva destinada a incentivar padrões de boas práticas da comunicação social na cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades dando, assim, continuidade ao trabalho já realizado e que culminou na elaboração de um “Guia de Boas Práticas”, aprovado por Deliberação de 18 de julho de 2018.

ERC mantém reuniões com reguladores portugueses e congéneres estrangeiros

Em Portugal, a ERC manteve sessões de trabalho com a Autoridade da Concorrência e com a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), ambas entidades administrativas independentes com as quais a ERC se cruza na apreciação de algumas matérias.

Em maio, o Presidente do Conselho Regulador, Sebastião Póvoas, representou a ERC na reunião da Conferência Ibérica de Conselhos Audiovisuais, em Málaga, que se debruçou sobre o papel das entidades reguladoras no atual panorama audiovisual.

Em junho, a ERC recebeu uma delegação da Alta Autoridade da Comunicação Audiovisual de Marrocos (HACA), composta pela presidente Latifa Akharbach, diretor-geral, Benaissa Asloun, e diretor de Cooperação Internacional, Amin Azziman.

No final de novembro, a ERC organizou e foi a instituição anfitriã do VIII Encontro Anual da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa (PER), que decorreu na sede da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa (UCCLA), em Lisboa, sob o tema “Regulação e Desinformação (Fake News)”.

A ERC participou em várias reuniões do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais e respetivos subgrupos, que se realizaram em Bruxelas. Entre os temas em apreciação estiveram as alterações às regras materiais aplicáveis aos serviços de comunicação social audiovisuais, as mudanças no âmbito material da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, pela inclusão das plataformas de partilha de vídeo, os mecanismos concretos de regulação, a Diversidade de Género e o Pluralismo Interno e Externo nos *Media*.

ERC na conferência “Como desmascarar e combater a manipulação eletrónica?”

Em fevereiro, a ERC participou na conferência “*How to unmask and fight online manipulation*”, promovida pelo *European Data Protection Supervisor*, que decorreu em Bruxelas. As atenções estiveram concentradas nos riscos da utilização de dados pessoais para propaganda política e das redes sociais como distribuidoras de desinformação durante as campanhas eleitorais, num ano de eleições europeias e legislativas em Portugal. A origem do financiamento das campanhas foi indicada como de muito difícil identificação.

A conferência concluiu a necessidade de um esforço conjunto dos reguladores para aumentar a transparência das plataformas na Internet, para identificar como é feita a direção da publicidade para públicos-alvo, corrigir falhas de funcionamento e assegurar a sua integridade durante atos eleitorais. A Comissão Europeia propôs sanções para a falta de transparência das plataformas.

ERC na conferência “(Last) Call For Quality Journalism”, na Eslovénia

Em novembro, a ERC esteve representada pela Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, na conferência internacional na qual se debateu o Jornalismo de Qualidade — “(Last) Call For Quality Journalism”, organizada pelo ministro da Cultura da Eslovénia, Zoran Poznič, em Liubliana, com o patrocínio do Conselho da Europa.

Os principais tópicos debatidos foram as práticas atuais de produção de notícias no contexto da difusão de conteúdos falsos e manipuladores da opinião pública, a definição de padrões eficazes para um jornalismo independente, rigoroso e de qualidade, como reconquistar a confiança do público, nomeadamente através da literacia mediática para a seleção das fontes de jornalismo gerar confiança e no pagamento pelos públicos.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

O Conselho Regulador da ERC vem dedicando a sua atenção à linha de atuação relativa aos *media* digitais desde 2014. Com cinco anos de trabalho volvidos e diversos documentos produzidos relacionados com as possibilidades de regulação dos *media* digitais, a previsão é de que, no decurso de 2020, seja levada a efeito a publicação de uma diretiva na área da desinformação. Em 2019, a ERC apresentou publicamente e lançou em consulta pública o documento de trabalho sobre esta temática intitulado “Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”, cujos trabalhos foram lançados no final de 2018, respondendo a uma solicitação do Presidente da Assembleia da República, numa altura em que a União Europeia colocava a desinformação no centro da sua agenda, tendo como preocupação primordial as eleições para o Parlamento Europeu decorridas em maio de 2019.

Esta tomada de ação por parte da União Europeia resultou num conjunto de documentos, orientações e linhas de ação que vieram de seguida implicar os Estados-membros no combate conjunto contra o fenómeno que atinge de formas diversas os vários países. Algumas das ações delineadas vieram a ser operacionalizadas ao longo de 2019, através do trabalho desenvolvido no âmbito dos grupos de trabalho do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* e nos quais a ERC participou enquanto membro ativo deste grupo de reguladores europeus. Uma das áreas de trabalho consistiu na avaliação da aplicação do Código de Conduta contra a Desinformação por algumas das

plataformas digitais signatárias do código após um ano da sua entrada em vigência. O primeiro relatório resultante da avaliação foi publicado em maio de 2020.

LINHA TEMÁTICA PROTEÇÃO DE MENORES

A **proteção de menores** - apreciada no contexto da regulação da atividade desenvolvida pelos Órgãos de Comunicação Social (OCS) sob jurisdição nacional - constitui um dos eixos prioritários de intervenção da ERC, tal como demonstram os seus **Estatutos**, quer ao nível do artigo 7.º (que convoca especificamente esse objetivo de regulação), quer nos restantes artigos que referem a proteção dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos em geral, incluindo os menores de idade.

O conceito de menores seguido está definido na Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV) - Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (2016), ou seja, abrange todos os "menores de idade" (desde crianças a adolescentes).

Ao longo dos anos a ERC tem desenvolvido análises que pretendem contribuir para responder a essa atribuição. A opção tem sido disponibilizar alguns resultados dessas análises no **Relatório de Regulação Anual**, nomeadamente no último ponto (designado «Proteção de Menores») do capítulo dedicado à Análise da Informação Televisiva Diária de Horário Nobre dos quatro canais generalistas com transmissão em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI), que na última edição contou, pela primeira vez, também com dados relativos à CMTV.

Além desse trabalho de monitorização explicitamente sustentado com base na atribuição da proteção de menores, essa área de atuação do regulador tem estado igualmente presente **na resolução de processos de queixa ou participação de cidadãos e instituições a propósito de conteúdos divulgados pelos Órgãos de Comunicação Social regulados**.

Já no contexto da cooperação internacional com entidades congéneres é de recordar a presença da ERC no **Grupo de Trabalho sobre Proteção de Menores do ERGA - European Regulators Group for Audiovisual Media Services**, no qual houve oportunidade de seguir o debate sobre a proteção de menores no contexto da aprovação da Diretiva (EU) 2018/1808 (que altera a a Directiva 2010/13/EU dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual) (e que se encontra neste momento em fase de transposição para o legislação nacional dos diferentes países). Recorde-se que a nova versão da Diretiva vem enfatizar a necessidade de reforçar a proteção de menores relativamente a conteúdos audiovisuais potencialmente nocivos.

A linha de trabalho Menores responde, assim, diretamente a uma obrigação estatutária da ERC, tornando públicos dados que identificam tendências, realidades e questões relacionadas com a proteção dos menores de idade que se assumem como prementes para a regulação. Por outro lado, promove uma atitude de prevenção, no sentido de fomentar a preparação dos menores enquanto consumidores de conteúdos mediáticos mais informados e, por isso, mais protegidos, sendo que a este nível é uma linha de trabalho em estreita relação com o desenvolvimento dos projetos de Literacia Mediática, sobre os quais se pode saber mais no capítulo correspondente no presente Relatório.

No presente capítulo estão reunidos dados que sintetizam alguns dos principais resultados presentes em dois relatórios publicados pela ERC, no âmbito desta linha de trabalho: Relatório “[Crianças e Adolescentes na Informação Televisiva \(2008 - 2017\)](#)” | - Relatório “[Os Menores e a Rádio de Serviço Público](#)”

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA DA ERC EM 2019

O investimento na cooperação com parceiros (sobretudo a nível nacional, mas também internacional) foi a principal estratégia que o projeto de Literacia Mediática da ERC continuou a seguir em 2019, mobilizando para esse fim a maior parte dos seus recursos materiais e humanos disponíveis.

A **nível nacional** merecem destaques duas cooperações de continuidade:

- O trabalho desenvolvido em permanente colaboração com os membros do GILM (Grupo Informal sobre Literacia Mediática);
- A terceira e última edição do Protocolo celebrado entre a ERC e a Associação EPIS (Empresários pela Inclusão Social).

No caso do trabalho em parceria com o GILM, em 2019 merece destaque a participação da ERC como **entidade coorganizadora do V Congresso Literacia, Media e Cidadania**, centrado na tríade “**Tecnologia, Desinformação e Ética**”, que decorreu em Aveiro, nos dias 03 e 04 de maio.

Também relacionado com este evento bienal do GILM, refira-se a participação da ERC ao nível dos conteúdos nele apresentados/levados a debate, nomeadamente:

- Através da dinamização de um workshop centrado nos limites requeridos ao tratamento jornalístico no caso de acontecimentos violentos (baseado no [Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades](#) lançado pela ERC em 2018);
- Uma comunicação pública relacionada com os consumos de media e as atividades realizadas *online* por alunos participantes na terceira edição do Programa de Literacia Mediática em escolas parceiras do Programas Mediadores para o Sucesso Escolar da EPIS;
- Um poster centrado no acompanhamento sistemático que a ERC faz ao cumprimento dos deveres de rigor informativo e isenção jornalística pelos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI (tendo por base o período temporal de 2015 a 2017) nos seus serviço noticiosos de horário nobre.

No caso da **terceira e última fase do protocolo de parceria com a associação EPIS, coincidente com o ano letivo 2018/2019**, refira-se a participação de seis escolas e o envolvimento de cerca de 180 alunos. Apesar de ter havido uma tentativa de descentralizar a participação da ERC neste programa da área da Grande Lisboa, fora desse âmbito geográfico apenas foi possível envolver duas escolas do distrito de Viseu. Assim, entre as escolas envolvidas estiveram: 1. EB2,3 Nun’Álvares (Seixal); 2. EB 2,3 D. Fernando II (Sintra); 3. EB Alto dos Moinhos (Sintra); 4. Escola Secundária Braamcamp Freire (Odivelas, a única escola repetente, tendo participado também na segunda edição); 5. Escola Ferreira de Aves (Satão, Viseu); 6. EBS Frei Rosa Viterbo (Satão, Viseu).

Para esta terceira edição foram criadas três ações pensadas como forma de abranger novas temáticas de interesse para os participantes desta iniciativa. “Eu youtubo, Ele youtuba, Nós youtubamos”, “Como criar uma Web Rádio na comunidade escolar?”, “A Publicitação da Vida Privada: das revistas de vida social às redes sociais” foram as três estreantes, sobre as quais é disponibilizada uma breve apresentação no capítulo correspondente a este sumário.

Ainda a nível nacional, o ano 2019 fica marcado pela colaboração com o projeto **MigratED - Media, Migrações e Direitos Humanos** (através da dinamização em meio escolar de quatro sessões relacionadas com as temáticas das *fake news*, desinformação, má, informação, deontologia jornalística, liberdade de expressão e de imprensa) e pela realização de outras colaborações mais pontuais.

Ao **nível da cooperação internacional**, salienta-se a parceria da ERC, através do seu Departamento de Análise de *Media*, no **projeto EDUMEDIATEST - An interactive tool for evaluation and training**, promovido pelo congénere da Catalunha – CAC Consell de l’Audiovisual de Catalunya. Este projeto teve em 2019 a fase preparatória da sua candidatura ao concurso europeu “Media Literacy for all”, sendo que a implementação do projeto deverá ter início em setembro de 2020.

Este projeto terá como foco a criação de uma ferramenta digital de formação e avaliação que permita obter dados fidedignos sobre as competências de LM. Ao longo de 2020 e 2021 prevê-se que seja testada em 35 escolas de Espanha, Portugal, Croácia, Grécia, França, Irlanda e Eslováquia. Depois do período de testes, a ferramenta ficará disponível gratuitamente como recurso para estudantes e educadores aplicarem nos seus respetivos contextos.

Ainda no plano internacional a ERC manteve a sua colaboração nas ações do **ERGA – European Regulators Group for Audiovisual Services** no âmbito da literacia mediática, concretizada na participação na ação do **ERGA Academy** sobre a área, que foi parte integrante da **European Media Literacy Week 2019** (Semana Europeia de Literacia Mediática 2019).

No âmbito da atividade do **RIRM – Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes**, a ERC respondeu a um questionário relativamente à LM promovido por esta entidade.

MEDIA E GÉNERO - PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NOS MEDIA

A atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) no combate à discriminação com base no género é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»¹ e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»².

¹ Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

² Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

A legislação setorial (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, Lei da Imprensa, Lei da Rádio) e o Estatuto do Jornalista, a par do Código Deontológico do Jornalista, enquadram, por outro lado, as responsabilidades dos órgãos de comunicação social e dos seus profissionais, quanto à proibição e condenação de práticas jornalísticas discriminatórias em função do sexo e da orientação sexual.

O plano de ação da ERC para a promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género, formalizado em 2014, decorre das premissas acima descritas e assenta em vários eixos de trabalho, com vista a evidenciar e acompanhar o trabalho dos órgãos de comunicação social.

Esta iniciativa procura dar visibilidade àquelas dimensões, sempre que pertinente, quer através das propostas de **a) monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do desenvolvimento de **b) análises específicas** em contexto nacional e em estudos comparativos internacionais, que informam sobre o contributo dos meios de comunicação social na (des)construção das representações de género e de **c) deliberações submetidas à apreciação do Conselho**.

No âmbito da **monitorização sistemática de conteúdos informativos**, em 2019, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre³ transmitida pelos operadores público (“Telejornal”, RTP1 e “Jornal 2”, RTP2) e privados (“Jornal da Noite”, SIC, “Jornal das 8”, TVI e “CM Jornal 20H”, CMTV).

Tal como em anos anteriores, as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a *protagonistas* e *fontes* do sexo masculino.

Os *protagonistas* de sexo *masculino* representam 74 % dos atores identificados, ao passo que as mulheres têm maior relevo em apenas 18 % das peças. Nestes conteúdos estão associadas às categorias de *ordem interna*, *política nacional* e *da comunidade europeia*.

O tratamento da informação sustenta-se sobretudo em *fontes* de sexo *masculino* 57 % e menos nas de sexo *feminino* (22 %). Entre as *fontes* protagonizadas por mulheres sobressaem as categorias *sociedade*, *política nacional* e *ordem interna*.

Na medida em que os assuntos dominantes nos alinhamentos dos serviços de programas analisados destacam a *ordem interna*, a *política nacional* e o *desporto*, em particular o futebol masculino, os seus *protagonistas* e *fontes* tendem a reproduzir esses enfoques. Nesse sentido, a ERC tem vindo a sensibilizar os operadores televisivos para diversificarem as temáticas que integram os alinhamentos dos telejornais de horário nobre, contribuindo para o pluralismo e diversidade de *temas*, *fontes* e *atores* associados. Por outro lado, apela também à diversificação de *atores* e *fontes*, no que ao género diz respeito, em atividades ou contextos sociais em que as mulheres estão presentes e que, por norma, continuam a ser representados na informação por homens. Do ponto de vista da produção de informação, considerando os espaços de opinião autonomizados nos blocos informativos, isto é, identificados e da responsabilidade dos comentadores, são protagonizados tanto por homens como por mulheres, com exceção da TVI.

³ Os dados resultam da análise de 30 edições dos blocos informativos de horário nobre dos operadores público (RTP1 e RTP2) e privados (SIC, TVI e CMTV).

A apresentação das edições dos blocos informativos dos diferentes serviços de programas foi conduzida sobretudo por pivots do sexo masculino. Uma edição do “Jornal da Noite”, da SIC, foi conduzida por Clara de Sousa e Rodrigo Guedes de Carvalho.

No âmbito das análises específicas conduzidas em 2019, a ERC acompanhou a cobertura jornalística das eleições⁴ para o Parlamento Europeu, para a Assembleia da República e para Assembleia da Região Autónoma da Madeira. Para além do pluralismo político partidário, considerou-se também a perspetiva da igualdade de género no acesso aos órgãos de comunicação social em momentos de atos eleitorais.

O predomínio dos representantes das candidaturas de sexo masculino é transversal aos três momentos eleitorais. A presença reduzida das mulheres no acompanhamento mediático dos atos eleitorais poderá ser parcialmente explicada pela reduzida presença de candidatas e de mulheres na liderança dos partidos. Por outro lado, do ponto de vista da prática jornalística, é mais provável que sejam entrevistados os líderes dos partidos e os cabeça de lista dos principais círculos eleitorais respondendo aos valores notícia de autoridade e notoriedade. Não obstante, sugere-se, sempre que possível, a diversificação e pluralismo de fontes e protagonistas da informação político-partidária.

A ERC deu continuidade à divulgação das boas práticas na cobertura informativa de situações violência doméstica divulgando a sua [Diretiva 1/2019](#), juntamente com o “[Guia de boas práticas dos órgãos de comunicação social na prevenção e combate à violência contra as mulheres e violência doméstica](#)”, debatendo os resultados do estudo sobre as “[Representações da violência doméstica nos telejornais de horário nobre?](#)” em eventos organizados por instituições da sociedade civil.

Em 2019 foram publicadas dez deliberações diretamente relacionadas com a potencial violação de direitos fundamentais, em particular com a discriminação de género – orientação sexual, identidade e expressão de género, características sexuais, estereótipos de género e violência doméstica, tanto no âmbito de programas de entretenimento como na informação.

A DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL NOS MEDIA

A ERC, enquanto organismo responsável pela promoção e salvaguarda do «pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação», tem por obrigação a monitorização sistemática da diversidade e do pluralismo na informação e programação.

No decurso de 2020, a ERC analisou os dados da informação diária e programação, recolhidos entre 2018 e 2019, sobre género, religião, etnia/origem, migrações, pessoas portadoras de deficiência e grupos socioeconómicos vulneráveis, nos serviços de programas generalistas em sinal aberto RTP1, RTP2, SIC e TVI e no serviço de programas generalista por cabo CMTV. Essa análise, vem complementar o estudo “A diversidade

⁴ O acompanhamento da cobertura noticiosa dos três atos eleitorais ocorridos em 2019 em território nacional e europeu abrangeu a imprensa diária e semanal, televisão (RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV), e rádio (RDP Antena1, TSF, RR e Rádio Comercial). Os relatórios podem ser consultados na íntegra na página da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no separador “[Cobertura jornalística de eleições](#)”.

sociocultural nos *media* 2015-2017”, divulgado em 2019, que reflete as preocupações do Regulador no que diz respeito a estas temáticas.

Essa primeira exposição do tema e dos dados que a atualizam, que incluem agora a análise da CMTV, pode ser consultada na íntegra no sítio eletrónico da ERC que terá atualizações e desenvolvimentos regulares, no pressuposto de que os OCS são veículos estruturantes das identidades sociais e que se espera, por isso, que sejam capazes de promover a qualidade discursiva num equilíbrio entre valores nacionais e universais, cruzando novos discursos e novas conceções e diluindo fronteiras culturais, no sentido de contribuir para a coesão social.

Paralelamente, a ERC tenciona desenvolver esta linha de investigação com estudos aprofundados sobre a cobertura mediática de acontecimentos que foram objeto de uma ampla cobertura jornalística, com o objetivo de perceber se, por vezes, esta evidencia características socioeconómicas e/ou étnico-raciais dos envolvidos, nomeadamente no contexto da pandemia em que vivemos.

A quantidade de acontecimentos relacionados com as características socioeconómicas e/ou étnico-raciais dos envolvidos, que em 2020 tiveram ampla cobertura mediática, é motivo de preocupação para a ERC, na medida em que é notório, não apenas um visível incremento da sua frequência, como esses acontecimentos têm sido objeto de discussão pública nos órgãos de comunicação social (OCS).

Trata-se assim, de um estudo em que se pretende fornecer elementos que permitam traçar uma panorâmica da diversidade sociocultural na televisão portuguesa, ao mesmo tempo que aprofunda uma linha de investigação assente nas várias abordagens às questões da diversidade, em colaboração com operadores, outros reguladores, instituições e representantes da sociedade civil.

O ERGA E A DIRETIVA “SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL” REVISTA: ALGUNS DESAFIOS REGULATÓRIOS

A ERC integra, desde fevereiro de 2014, o ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* composto por todas as entidades reguladoras dos *media* dos Estados-Membros da União Europeia. Constituído pela Decisão C(2014)462, da Comissão Europeia, de 3 de fevereiro de 2014, e aproveitando a experiência e conhecimentos práticos dos diferentes membros que o integram, o ERGA presta apoio técnico especializado à Comissão, procede ao intercâmbio de experiências e boas práticas no âmbito regulatório e, quando solicitado pela Comissão, emite pareceres sobre diversos aspetos compreendidos no articulado da Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”.

Em 2019, e atento o novo quadro regulamentar, entretanto aprovado, e a sua iminente transposição para o direito interno dos Estados-Membros, o ERGA definiu como prioridades estratégicas da sua atividade, o Desenvolvimento de soluções concretas para melhorar e fortalecer a cooperação entre os reguladores nos casos transfronteiriços, a fim de assegurar uma implementação consistente e eficaz da Diretiva SCSA em todos os Estados-Membros»; a Partilha de boas práticas quanto à aplicação de algumas disposições da Diretiva e a Monitorização da evolução do mercado dos *media* e potenciais desafios regulatórios».

ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC DURANTE O ANO DE 2019

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC processar e punir a prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social. Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções⁵.

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social⁶ e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal⁷.

Em 2019, registou-se um aumento significativo do número de processos de contraordenação decididos, valor que representa quase o dobro dos processos terminados em 2018. Entre 2017 e 2019, assiste-se a um acréscimo de 50 % de processos terminados.

Em concreto e com enfoque em 2019, do total de 22 decisões contraordenacionais adotadas pelo Conselho Regulador, 68,2 % dos processos culminaram na aplicação de coima (15 processos), 27,2 % resultaram em admoestação (seis processos) e 4,5 % dos processos foram arquivados (um processo).

Em 2019, a ERC deliberou a aplicação de 15 coimas a entidades proprietárias de publicações periódicas, impressas e *online*, e de serviços de programas televisivos, no valor global de 141 741,60 euros.

OS MEIOS

OFERTA E CONSUMOS DE MEDIA

O capítulo relativo à oferta e consumos de *media* tem como objetivo caracterizar a estrutura de mercado e conhecer os padrões de consumo dos diferentes meios de comunicação social. Através de diversas fontes de dados, sistematizam-se as principais tendências e evoluções registadas em 2019.

Televisão

A oferta de serviços de programas televisivos varia consoante a plataforma de distribuição de sinal de televisão. Em Portugal Continental a TDT oferece, em regime de acesso livre, seis serviços de programas, quatro generalistas e dois temáticos, assim como as emissões parlamentares da Assembleia da República. A oferta aumenta na televisão paga variando entre 100 e 187 serviços de programas conforme o operador de distribuição, estando os serviços de programas temáticos mais presentes.

O consumo de televisão aumentou em 2019. Mais pessoas contactaram e despenderam mais tempo com este meio, sendo a televisão generalista em sinal aberto a preferida dos telespetadores.

⁵ Artigo 67.º dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁶ Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro

⁷ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março

O serviço de programas generalista de acesso não condicionado livre *SIC*, foi o mais visto, seguido da *TVI* que, depois de 14 anos consecutivos, perdeu a liderança das audiências. O serviço de programas do operador de serviço público *RTP1*, manteve-se na terceira posição. Estes serviços de programas, incluindo os restantes transmitidos em sinal aberto representaram metade da quota de audiência.

Contudo, anualmente os serviços de programas da televisão paga conquistam progressivamente a preferência dos espectadores. Entre estes, diversos programas da *CMTV* ocupam as primeiras posições da lista dos programas mais vistos na televisão por assinatura.

As competições de futebol, transmitidas pelos serviços de programas generalistas em sinal aberto com maiores audiências, continuam no *ranking* dos programas mais vistos pelos portugueses.

Rádio

A paisagem radiofónica em Portugal é composta por 328 serviços de programas radiofónicos, três quartos são de programação generalista e os restantes são de tipo temático.

Em 2019, mais pessoas ouviram rádio e o tempo médio de escuta diária aumentou. O serviço de programas *Rádio Comercial* foi o mais ouvido, seguido da *RFM*. Estas rádios generalistas de cobertura nacional concentraram cerca do 50 % do *share* nos horários com mais ouvintes.

Imprensa

Em Portugal encontram-se 1 725 publicações periódicas ativas, das quais a maioria é produzida em papel. Contudo, nos últimos anos, o número de títulos distribuídos em suporte eletrónico ou simultaneamente em papel e eletrónico tem vindo a aumentar.

No mercado das publicações periódicas, o número de títulos de informação geral é maior do que o número de publicações de informação especializada.

Em termos de consumo, o número de pessoas que contactaram com um título de imprensa diminuiu e as publicações de informação geral foram as mais procuradas. Em 2019, o diário de informação geral *Correio da Manhã* foi a publicação mais lida, seguida pelo diário *Jornal de Notícias*.

Considerando as publicações de informação geral em suporte digital, o jornal semanal *Expresso* registou a maior circulação.

Internet

O número de pessoas que contactaram com a internet continua a crescer, sendo o telemóvel ou *smartphone* o dispositivo de acesso mais frequente.

Em termos de audiências de internet dos *sites* dos grupos de *media*, o *site* de televisão da *TVI* destacou-se com o maior *reach*. Por outro lado, o *site* do *Correio da Manhã* apresentou o maior alcance e número de visualizações entre os *sites* de informação. Já nos *sites* de rádio, a *TSF* foi a mais contactada pelos internautas, contudo a *Rádio Comercial* e a *RFM* tiveram o maior número de visualizações.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

Para avaliar o investimento publicitário em Portugal, optou-se por contrapor as estimativas da Marktest com as da Omnicom Media Group. Estas fontes adotam métodos claramente distintos, divergindo nos valores que apresentam.

A Marktest utiliza os preços de tabela sem considerar os possíveis descontos obtidos nas negociações. Por seu lado, a Omnicom, através de diversas fontes, pretende aproximar-se dos preços realmente praticados. Esta diferença sugere que os descontos praticados no setor tenham aumentado ao longo dos anos, atingindo, em média, 95 % em 2019.

A análise evolutiva entre 2009 e 2019 mostra tendências diferentes segundo as fontes citadas. Contudo, o investimento publicitário tem apresentado sinais de recuperação, com aumentos consecutivos nos anos seguintes ao período de austeridade.

A televisão é o segmento que capta a maioria do investimento dos anunciantes, embora as fontes citadas variem em relação ao seu peso, sendo maior na Marktest do que o estimado pela Omnicom. O mesmo acontece com o investimento em publicidade digital, setor que ocupa a segunda posição dos segmentos com maior investimento. As estimativas da Omnicom apresentam uma maior proporção do que o calculado segundo os dados da Marktest. Por outro lado, a imprensa e a rádio têm um peso substancialmente menor quando analisada a repartição do investimento publicitário entre os meios de comunicação.

Os canais em sinal aberto – *RTP1*, *SIC* e *TVI* – representam a principal fatia do investimento em publicidade, contudo, anualmente, as receitas publicitárias nos canais por cabo aumentaram. Os valores de ambas as fontes sugerem que os descontos praticados na televisão estejam, em média, na ordem dos 97 %.

O investimento publicitário em rádio está a aumentar desde 2015, já a imprensa é o segmento que mais recuou entre 2009 e 2019. As diferenças entre os valores apresentados por ambas as fontes indicam que na imprensa os descontos praticados são maiores do que na rádio, especificamente estima-se que em média a imprensa sofra descontos de 95 % e a rádio de 84 %.

Ambas as fontes confirmam que o investimento publicitário no digital continua a crescer.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

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

O referido diploma atribui à ERC competências para verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC na plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, através da qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

No ano 2019, foram comunicadas na Plataforma Digital da ERC 116 campanhas de publicidade institucional do Estado, promovidas por 23 entidades.

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global anual de 3 364 325,43 €. Aos meios de comunicação social regionais e locais foi destinada uma verba de 744 341,47 €, o que corresponde a um valor percentual de 22,1% do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Importa assinalar o aumento significativo do investimento total comunicado em publicidade institucional do Estado, em relação a 2018, que registou um acréscimo superior a dois milhões de euros.

No que respeita aos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, cujo investimento foi de 309 804,68 €, registou-se, em 2019, um aumento próximo de meio milhão de euros.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade, e por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas e a denominação das entidades emissoras de rádio e de televisão.

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

Em 2019, encontravam-se inscritas 1725 publicações periódicas. Do universo das publicações ativas em 2019, 603 são jornais, sendo 138 diários, 130 semanais, 94 quinzenais, 165 mensais e 76 com outras periodicidades. Relativamente a Empresas jornalísticas encontravam-se inscritas 309, com maior expressão as sociedades por quotas (263) e as sociedades anónimas (28). No mesmo ano, encontravam-se inscritas duas empresas noticiosas. No que concerne aos operadores radiofónicos, encontravam-se inscritos 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 286 operadores. Quanto a Operadores de televisão, encontravam-se inscritos 25 e 62 serviços de programas televisivos. Em 2019, estavam inscritos 10 operadores de distribuição e 109 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 108 são radiofónicos e um televisivo).

SONDAGENS 2019

O presente capítulo tem por objetivo caracterizar o panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2019, procurando destacar as tendências observadas no setor.

O ano de 2019 ficou marcado, no domínio das sondagens, pela ocorrência de três atos eleitorais, a saber: Eleição para o Parlamento Europeu, Eleição para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e Eleição para a Assembleia da República.

Assim, face a 2018, ano sem atos eleitorais de relevo quanto à procura de sondagens para divulgação, verifica-se um grande aumento do número de estudos de opinião depositados, totalizando-se em 2019 mais do triplo do número de depósitos verificados no ano anterior (88 contra 27, respetivamente).

Este aumento no número de depósitos está relacionado, por um lado, com os três atos eleitorais ocorridos em 2019 e, por outro lado, com a reconfiguração das parcerias entre empresas de sondagens e órgãos de comunicação social para a realização e publicação regular de sondagens políticas.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de Dezembro de 2019, por 14 entidades.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE *MEDIA* EM PORTUGAL 2019

O presente relatório económico-financeiro sobre o setor da comunicação social português em 2019 pretende mostrar uma fotografia fidedigna do universo de regulados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), por forma a estimular a reflexão sobre desafios e oportunidades.

A análise inicia-se com um enquadramento macro da economia portuguesa e do setor. Seguidamente, apresentam-se os principais eventos e tendências evidentes durante 2019, para terminar com uma análise individual dos principais intervenientes.

Resultado da situação de pandemia vivida em 2020, à data de fecho deste estudo, dia 5 de junho de 2020, a informação colecionada foi muito reduzida, pelo que a análise setorial e de perspetivas futuras que aqui habitualmente se tem realizado apenas irá ser apresentada em Setembro de 2020, aquando da atualização e publicação autónoma do mesmo.

Esta limitação aplica-se não só ao grupo de empresas às quais normalmente é solicitada informação financeira individualizada (Relatório e Contas) como também ao universo de entidades que reporta anualmente informação financeira para cumprimento das obrigações legais da transparência. Devido ao estado de emergência, o prazo para esta comunicação foi alargado até 31 de julho, pelo que, à data de fecho da presente análise, o conjunto de entidades que haviam reportado dados era ainda pouco significativo.

Neste enquadramento irá apresentar-se apenas a informação individualizada por empresa, das doze empresas acerca das quais foi possível obter dados.

Neste grupo de empresas, seis apresentaram crescimento de receitas e seis crescimento dos Resultados Antes de Custos Financeiros, Impostos, Depreciações e Amortizações (EBITDA), não existindo necessariamente coincidência entre ambos para uma mesma empresa.

As empresas em observação foram rentáveis em 2019, em que dez das doze apresentaram EBITDA positivo e dez resultados líquidos positivos. As duas empresas que reportaram EBITDA negativo foram as mesmas que apresentaram resultados líquidos negativos.

Em termos de margem, a tendência não foi definida. Cinco apresentaram melhoria da margem EBITDA e cinco, as mesmas, da margem líquida. A rentabilidade dos capitais próprios melhorou em quatro das doze empresas analisadas.

Relativamente a endividamento, em termos líquidos absolutos, sete das empresas apresentaram uma diminuição nos níveis de dívida líquida e apenas uma, aumento do rácio dívida líquida/EBITDA. A cobertura do ativo por capitais próprios melhorou apenas em quatro das doze empresas, o que demonstra que a alavancagem deste grupo não se reduziu em 2019.

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

O presente capítulo é construído a partir das informações comunicadas ao abrigo das obrigações legais da transparência dos *media*. As possibilidades analíticas que resultam destes elementos são vastas no quadro da promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

Estas informações são agora de acesso público, com o lançamento, no final de 2019, do Portal da Transparência, base de dados *online* especialmente criada pela ERC para este fim. O tornar público torna necessário, em paralelo, refletir sobre a única exceção à disponibilização prevista na Lei da Transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), quando invocados “interesses fundamentais dos interessados”. Trata-se de um conceito vago e indeterminado que requer densificação substanciada na apreciação dos argumentos concretos apresentados para fundamentar pedidos de confidencialidade.

Com base nos elementos transmitidos pelas pessoas singulares e coletivas registadas na Plataforma Digital da Transparência pode afirmar-se que, em Portugal, a paisagem mediática é plural, diversificada e dispersa, prevalecendo entidades de pequena dimensão, que prosseguem a atividade de imprensa e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios. Não obstante a granularidade de entidades em número, as análises económico-financeiras conduzidas nos anos anteriores apontam para uma concentração de cerca de 73% em termos de ativos nas maiores empresas. Recuperam-se algumas destas conclusões, ainda relativas ao ano de 2018, enquanto ainda decorre o prazo para a comunicação de dados financeiros relativos ao exercício de 2019, alargado de 30 de abril para 31 de julho devido ao contexto da crise pandémica de Covid-19.

No capítulo procede-se ainda a um estudo exploratório da propriedade da imprensa de âmbito local/ regional e nacional, uma das áreas de comunicação social mais diversificadas e na qual se encontra uma das maiores intersecções entre os diferentes sectores e áreas da atividade económica. Avultam as publicações periódicas detidas por entidades que não têm como atividade principal a comunicação social. Ainda assim, a

propriedade deste tipo de órgãos de comunicação social (OCS) é, muitas vezes, crucial para o desenvolvimento do objeto e estratégias dessas entidades, ainda que a exploração do OCS não envolva qualquer retorno económico ou até implique prejuízos.

A análise de proprietários relevantes de publicações periódicas visa a identificação de grupos ou combinações de detentores de capital ao nível das entidades direta ou indiretamente proprietárias de OCS, ou suas editoras, num mesmo distrito. Dever-se-á ter em conta o facto de muitas entidades proprietárias de OCS comunicarem dados ora em seu nome ora em nome das editoras (por si detidas ou não), o que traz muitas dificuldades de padronização e de comparabilidade da informação transmitida.

Ressalta-se que a comunicação social prossegue diferentes objetivos: apesar de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. Neste âmbito autonomizam-se, pela sua importância e dimensão, algumas esferas de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, as religiões, os partidos políticos e os sindicatos. No final, procede-se ao aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais.

RADIODIFUSÃO SONORA

ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO DA RÁDIO PÚBLICA – ANTENA 1, ANTENA 2 E ANTENA 3 (2019)

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

Tomando em consideração a caracterização da diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por período horário, e as funções na programação dos três serviços de programas, conclui-se que há uma lógica de complementaridade que se encontra prevista na letra e no espírito do CCSPRT. Tal verifica-se tendo em atenção três dimensões estruturantes, designadamente a referida diversidade de géneros radiofónicos, funções na programação e tecnologia e informação.

Foi analisado um total de 24 801h18m29s de programação, cabendo à Antena 1 um total 7845h21m08s, à Antena 2 de 8294h48m49s e a Antena 3 regista 8661h08m32s.

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

ANTENA 1

A **Antena 1 emite programas de seis categorias**, destacando-se a **música** e seguindo-se a **informação**. Com um relevo significativamente menor, encontra-se a programação de **cultura e conhecimento**. As restantes três categorias presentes - **desporto, entretenimento e cultural/religioso** - aproximam-se de um quinto da programação.

Estas macro-categorias desagregam-se em 31 *géneros*, sendo que 26 estão presentes na *Antena 1*. Destaca-se a emissão de **música de continuidade**, com praticamente um quarto do tempo de emissão (24,5 %), o que corresponde a sensivelmente 1919 horas. Esta proporção resulta de mais de 34 mil e quinhentas músicas. Os **programas de música**

representam cerca de 11,7 % das horas de emissão. O segundo género mais representado são os **noticiários (16,1 %)**, com 1261 horas.

Em contraposição, as presenças menos significativas são assumidas pelo *concurso/jogo* e pelas *comemorações e efemérides* (respetivamente 0,01 % e 0,002 %).

A *informação* é o tipo de conteúdo mais representado nos quatro horários diurnos contemplados. O *desporto* e a *música* predominam nos dois restantes intervalos noturnos.

O intervalo da *noite* (20h-22h59m) regista a menor diversidade de *géneros* (total de 17). A presença do *macrogénero desportivo* espelha-se neste intervalo horário com a *transmissão desportiva* em destaque (30,7 %), com aproximadamente um terço do tempo emitido no intervalo, correspondendo a jogos de futebol para várias competições. Segue-se a *música de continuidade* (29,6 %).

No intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) a *música de continuidade* assume o destaque (27,7 %), na segunda posição os *programas de música* (25,8 %) e, na terceira, o *noticiário* (13,8 %). No campo *desportivo*, conta-se com a presença do formato de *comentário*.

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar e entreter*, acumulando respetivamente 48,5 % e 47,3 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, ocupam mais de 95 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam cerca de um terço (33 %) do tempo total da *função*. Este *género* deixa a grande distância todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é *ciências e humanidades* (15,4 %), seguido pelos *boletins meteorológicos* (6,7 %). A *função entreter* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais (75,2 %), designadamente *música de continuidade* (51,7 %), em destaque, e *programas de música* (19 %). Inclui também as transmissões de jogos de futebol (15,2 %) de várias Ligas. As duas funções menos presentes, *promover/divulgar* e *formar*, assumem valores próximos (2,3 % e 1,9 %).

ANTENA 2

Na **Antena 2**, mais de sete em cada dez horas de programação emitida recaem na categoria **música** (76,5%), representando uma soma anual de mais de 6 mil e 300 horas de emissão. Esta antena apresenta os programas **culturais/conhecimento** (21,5%) em segundo lugar somando mais de 1700 horas de emissão e, a grande distância, os **informativos** (1,5%) no terceiro posto, com cerca de 125 horas contabilizadas. Ambos revelam grande intervalo em relação à primeira categoria (**música**). Estes três *géneros* totalizam 99,6% da programação deste serviço de programas, deixando escassa duração para os *institucionais/religiosos* e de *entretenimento*.

A *Antena 2*, com a menor diversidade de géneros dos três serviços de programas – 16 de uma grelha de 31 –, tem nas três categorias do género **música** as mais prevaletentes na emissão. Os **programas de música** preenchem mais de metade (53,6%) das 6346 horas emitidas. As 3875 horas de **música de continuidade** correspondem a 29,2%. A transmissão de **espetáculos**, em terceiro lugar, atinge 17,1% da duração total.

Os **programas de música** prevalecem em três dos seis intervalos horários, excetuando na primeira metade da manhã (06h-09h59m), na segunda parte da tarde (17h-19h59m), e à noite (20h-22h59) sendo os *espetáculos* mais valorizados nestes últimos dois períodos (38,8% e 63,2%, respetivamente).

A programação da *Antena 2* tem como função por excelência **entreter**, a qual está presente em 61,4% da duração total dos conteúdos difundidos em 2019, ultrapassando as 5000 horas. **Informar** representa 34,2% (2838:29:30) das horas emitidas pela *Antena 2*, enquanto **formar** não vai além de 355 horas (4,3%). Saliente-se que metade do tempo garantido à *função formar* corresponde a programas de artes e *media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e também ciência e tecnologia, literatura e património (50,2%).

ANTENA 3

A **Antena 3** emite programas pertencentes a **cinco géneros**, sendo a **música** o tipo de conteúdos claramente predominante, seguida do **entretenimento**. A soma da duração destes dois géneros principais representa a quase totalidade (93,2 %) das horas emitidas por este serviço de programas.

Este serviço de programas incluiu na sua programação 18 géneros de uma grelha de 31. Destes, a **música de continuidade**, com aproximadamente 4390 horas, e os **programas de música**, com 2750 horas, destacam-se, respetivamente, no primeiro e no segundo lugares em termos de horas de emissão. O terceiro género mais importante, a distância assinalável, é o dos programas de **talk show** (a rondar 650 horas de emissão).

A **música de continuidade** predomina em quatro dos seis períodos horários, sobretudo no final da manhã e no primeiro turno da tarde, rondando nesses turnos três quartos do volume horário total (respetivamente 75,8 % e 74,8 %). Os **programas de música** são o conteúdo predominante nos períodos da noite (51,4 %) e madrugada (62,7 %).

A função **entreter** é a **mais expressiva** no total de horas de programação emitidas pela Antena 3, contabilizando 7977 horas, 92,1 % do total de horas emitidas. Esta função está concentrada sobretudo nos géneros música de continuidade (55 %) e programa de música (33,2 %) e, com ainda que com expressão substancialmente menor, talk shows (8,2 %).

Informar é a segunda função mais saliente na Antena 3, com 683 horas de emissão, perto de oito em cada cem horas emitidas, sobretudo materializada nos programas de artes e *media* (41,4 %) mas também nos programas de música que assumem propósito informativo (14,9 %) e noticiários (14,5 %).

A função **formar** tem uma presença residual nas grelhas da Antena 3, com menos de uma hora contabilizada em 2019, tempo correspondente à emissão de duas edições do programa “Em Nome do Ouvinte”.

TECNOLOGIAS E INOVAÇÃO

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da

Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais.

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

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

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

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

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

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

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

Em 2019, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, procedeu à revogação da licença de emissão de um operador.

Foram autorizados quatro pedidos de modificação de projeto, todos com alteração da tipologia, designadamente de temático musical para temático informativo, o que

representa um aumento face a 2018, ano em que se autorizaram apenas dois pedidos de modificação de projeto.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados 6 pedidos de alteração do controlo do capital social, mais dois do que em 2018. Foram igualmente aprovados 2 pedidos de cessão de serviços de programas e respetiva licença do operador radiofónico, não se registando nesta matéria variações face ao ano anterior.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 20 pareceres prévios, mais 8 do que em 2018, dos quais foi dado conhecimento ao ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 28 pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, dos quais 4 foram submetidos ainda, em 2018, e os restantes, em 2019. É de realçar o aumento significativo do número de pedidos de registo de webrádios face a 2018 (17 pedidos), o que confirma a tendência de crescimento deste tipo de rádios em Portugal.

FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2019

No ano de 2019, foram realizadas 28 (vinte e oito) ações de fiscalização, aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local, tendo sido auditadas as emissões dos respetivos serviços de programas, bem como verificados todos os elementos apurados junto dos operadores, tendo por base os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, Lei da Rádio: Das ações efetuadas, foi aferido o seguinte:

- Existência de uma programação própria, dirigida à população da área de cobertura local, para cada concelho, contemplando espaços de emissão animados por locutores e colaboradores (art.º 12.º, art.º 32.º n.º 2 alínea a) e n.º 3 da LR);
- Disponibilização, em suporte adequado ao público, do Estatuto Editorial, disponibilizado normalmente no sítio eletrónico do operador (art.º 34.º, da LR);
- Emissão de forma regular e diária nos seus serviços de programas de pelo menos três serviços noticiosos, entre as 7 e as 24 horas (art.º 35.º da LR);
- As funções de chefia, de coordenação ou de redação, e serviços noticiosos são assegurados por jornalistas ou equiparados (n.º 1 do art.º 36.º, da LR);
- O nome da estação e da respetiva frequência são difundidos hora a hora (art.º 37.º n.º 2, da LR);
- As gravações das emissões dos serviços de programas são conservadas pelo período mínimo de 30 dias (art.º 39.º, da Lei da Rádio);
- Inserção de separador de publicidade (art.º 40.º, da LR);
- Dessas ações resultam que alguns serviços de programas não emitiam os blocos noticiosos ao fim-de-semana, outros não disponibilizavam em suporte adequado ao seu conhecimento pelo público, em especial nos respetivos sítios eletrónicos do operador, o Estatuto Editorial, noutros serviços de programas os nomes dos responsáveis pela informação e programação não se encontravam devidamente atualizados na Ficha de Registo de Operador desta Entidade Ainda se verificou que alguns dos serviços de programas não estavam ativos no Portal das Rádios/ERC para rádios de emissão de música portuguesa.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

Da análise de 2019, conclui-se que os serviços de programas, inscritos no “Portal das Rádios” com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas de música portuguesa previstas na Lei da Rádio.

No entanto, a inscrição no referido portal, disponibilizado pela ERC desde 2007, continua a ser voluntária, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas.

Em 2019, não se registaram novas adesões, mantendo-se os mesmos 217 serviços inscritos no ano anterior, apesar das várias ações de sensibilização que a ERC tem vindo a desenvolver junto dos regulados do setor, sendo que, de entre estes, só aproximadamente 136 serviços, considerando as coberturas de âmbito nacional, regional e local, fizeram os seus envios mensais regularmente durante o último ano.

Além dos serviços locais ativos no portal, monitorizou-se mensalmente as quotas do serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

No que atende aos serviços de cobertura local, foi apurada a média mensal das difusões musicais de 130 de serviços de programas não isentos do cumprimento de quotas, que prestaram informação por via do portal, sendo esta a amostra constituída para análise no presente relatório.

Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25%, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas.

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 União Europeia, 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 7 às 20 horas.

Da subquota de 60% também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 80%, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados, RFM e Rádio Comercial, corrigidas algumas flutuações, cumprem ou ultrapassam a quota de 25% de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas. Os valores da RR, em alguns meses do primeiro semestre, não corresponderem à música efetivamente difundida, atendendo a constrangimentos técnicos de atualização do software, o que veio a ser solucionado logo no segundo semestre do ano.

Também na subquota de 60%, a RR e a Rádio Comercial ultrapassaram, nas suas emissões, a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo a RR apresentado a maior percentagem de música em língua portuguesa. No primeiro semestre do ano, a RFM registou valores inferiores à música que foi efetivamente difundida, pelos constrangimentos já referidos, evidenciando logo no segundo semestre a predominância da língua portuguesa nas suas emissões, em percentagens superiores a 70% e 80%.

Da quota de 35% de música recente, quanto aos serviços de programas nacionais, a RFM e a Rádio Comercial apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido, tendo, no entanto, a RFM atingido as quotas mais elevadas. A RR ficou aquém da quota estabelecida, atentas as condicionantes da sua programação musical e público-alvo específicos, bem como da elevada percentagem de música portuguesa que difunde e que condiciona o cálculo desta subquota.

Encontram-se isentos do cumprimento das quotas de música 32 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 PORTUGUESA – SERVIÇO PÚBLICO

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 7h e as 20h, sempre acima de 70%.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados membros da União Europeia, a quota mensal rondou ou superou os 90%, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida e registou a média anual de 90,4%.

No que atende à difusão de uma quota mínima de 35% de música recente, os valores apurados foram bastante superiores à mesma, sempre próximos ou superando 50%.

A Antena 3, quanto à difusão de música portuguesa, registou, ao longo de 2019, valores mensalmente superiores a 50%, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou alguns desvios face à quota mínima exatável. Demonstra o comparativo do último biénio, quanto a apuramentos semestrais, uma tendência positiva, no período de maior audiência, de cumprimento da quota de 60%.

No que atende à quota de música recente, a Antena 3 registou valores em muito superiores aos previstos na lei, com percentagens acima dos 70% ou 80%, mantendo-se notória a posição do serviço de programas na divulgação de nova música portuguesa.

TELEVISÃO

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2019)

Sintetizam-se neste ponto alguns dos principais resultados referentes à verificação do cumprimento das obrigações de *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2019 pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC, TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabo) CMTV⁸, e pela RTP3, o serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

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

- a. *Género televisivo* que compõem as grelhas de programação (a dois níveis de desagregação, macrogéneros e géneros)
- b. *Função predominante* da programação, em linha com as funções elencadas na LTSAP;
- c. Horário nobre (diversidade da oferta no horário de maior audiência)
- d. Programação *específica*, a saber:
 - d.1) a programação *informativa*
 - d.2) a programação dirigida ao público *infantil/juvenil*
 - d.3) a programação de natureza *cultural e de conhecimento*
 - d.4) a programação destinada à *promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários* no contexto nacional.

Importa notar que a análise destas dimensões é feita através da leitura de dois indicadores, sendo o principal a *duração global* (volume de horas de emissão), complementado sempre que necessário pela *frequência de exibição* (número de edições de programas).

A análise realizada estrutura-se a partir das obrigações gerais de programação fixadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP). Para os serviços de programas do operador público de televisão também se considera o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT). A análise é também enquadrada, no caso da *SIC* e da *TVI*, pelos respetivos cadernos de encargos das licenças

⁸ Esta é a segunda edição do Relatório de Regulação em que se irá aplicar a verificação da diversidade de programação ao canal CMTV.

de difusão⁹ e, no caso da CMTV, pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial.¹⁰

Foram assim apreciadas, no total dos seis serviços de programas analisados, 44030h30m11s de tempo de emissão de programas, assim repartido: **RTP1** 6899h52m12s horas de emissão; **RTP2** 8466h39m52s; **SIC** com 6318h18m44s de emissão; **TVI** com 6311h00m35s; **CMTV** com 7807h55m28s e **RTP3** com 8226h43m40s.

No caso dos serviços de programas em cujas grelhas de emissão é possível distinguir espaços de programação autónomos e claramente delimitados, foram observados os seguintes totais quanto ao número de programas¹¹: **RTP1** com 6 922 programas, **RTP2** com 25 957 programas, **SIC** com 6 583 programas, **TVI** com 6 320 programas e **RTP3** com 12 619 programas.

Independentemente da expressão que cada género assume, seja em tempo de programação ou no número de programas, a RTP1 exibiu programas enquadráveis em 32 géneros dos 39 que compõem a grelha de análise. A RTP2 exibiu programas de 29 géneros, tal como a TVI. Na programação da SIC foram identificados programas classificados em 25 géneros televisivos. A programação da CMTV repartiu-se por 20 géneros, assim como a da RTP3.

Considerando o tempo de programação que ocuparam verifica-se que os formatos de *entretenimento* foram os mais representados no caso da SIC (aproximadamente 40%) RTP1 (38 %) e da TVI (36%). Na RTP2, a maior parcela de tempo de programação foi ocupada pelos *infantis/juvenis* (35 %). Em primeiro lugar na CMTV, com grande proeminência, está o macrogénero *informativo*, que representa quase dois terços (63 %) do tempo de programação – sendo que na RTP3 esse é igualmente o macrogénero mais representado, com 82,5% do tempo total de programação – resultado que seria expectável, atendendo à vocação informativa deste serviço de programas temático do operador de serviço público.

⁹ Avaliações tornadas públicas nas Deliberações 1-L/2006, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e TVI), 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo TVI), 1/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da SIC, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da TVI, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido) e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

¹⁰ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado *Correio da Manhã TV*).

¹¹ A emissão da CMTV desafia a lógica unitária e sequencial que se observa em serviços de programas com unidades de programação mais estáveis, padronizadas e formalmente íntegras. A análise continuou a deparar-se com a dificuldade em identificar a unidade de análise *programa* com recurso à sua delimitação por elementos formais (genérico e ficha técnica e artística), em conformidade com o conceito de *programa* desenvolvido pela ERC a partir da definição apresentada na Lei da Televisão. Tal dificuldade é agravada por frequentes interrupções na emissão e inconstância na duração das edições ou episódios de um mesmo programa. Por este motivo, optou-se por não apresentar o indicador “número de programas” relativamente à CMTV.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência – o horário nobre (20h00-22h59) - integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. A RTP2 apresentou uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório, com 24 géneros identificados na programação neste período horário, ao longo de 2019. Os três géneros mais presentes – *séries*, *desenhos animados* e *serviço noticioso* – representam juntos 67 % do tempo de programação. Na RTP1, cuja programação neste horário se repartiu por 21 géneros, a concentração dos três primeiros géneros é ligeiramente superior – 74 %, que incluem *serviços noticioso*, *concurso/jogo* e *debate*.

Nos serviços de programas SIC, TVI e CMTV, observaram-se resultados críticos no que diz respeito à diversidade em horário nobre, com os três géneros mais exibidos a representar, respetivamente, cerca de 85 %, 87 % e 96 %. Na SIC os três géneros responsáveis por esta concentração são *serviço noticioso*, *telenovela* e *série*, sobretudo o primeiro. Na TVI, os géneros predominantes neste horário são *serviço noticioso*, *telenovela* e *concurso/jogo*. Na CMTV, são *serviço noticioso*, *comentário desportivo* e *reportagem*.

Quanto às funções da programação exibida, nos dois serviços de programas generalistas do operador de serviço público verifica-se uma distribuição equilibrada entre as duas principais, *entretener* e *informar*. Se na RTP1 *entretener* está associado a 59 % do volume horário e *informar* a 38 %, no caso da RTP2 a primeira representa 49 % e a segunda 39 %. Importa acrescentar que a terceira função mais presente, quanto ao segundo serviço de programas de serviço público, é *formar* – ascendendo a 9 %, uma expressão muito relevante se considerarmos o panorama dos serviços de programas analisados.

Na SIC e na TVI é mais saliente a função *entretener*, representando pelo menos sete em cada dez horas de programação (73 % e 71 % respetivamente); nestes casos, a função *informar* não chega a um terço do volume horário total (27 % e 28 % respetivamente). No caso da CMTV, 83 % do tempo de programação está associado à função *informar* – presente não só em programas classificados no macrogénero *informativo* mas também noutros, por exemplo, uma parte dos programas temáticos *desportivos*. A leitura deste indicador reforça a conclusão observada anteriormente, ou seja, de que as características da programação emitida pela CMTV em 2019 a aproximam mais do perfil de grelha de um serviço de programas temático informativo do que de um serviço de programas generalista. Devido à natureza informativa da RTP3, não surpreende que 98 % do total de horas da programação do canal tenham privilegiado a função *informar*.

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

A análise do pluralismo e diversidade nos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV é realizada considerando o artigo 7.º, alínea a) dos Estatutos da ERC, que refere como objetivo de regulação:

«Promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação».

Esta análise parte da monitorização da informação diária de horário nobre e baseia-se na análise de conteúdo das peças de **30 edições de cada um dos cinco serviços noticiosos (num total global de 150 edições)**. Essas edições são selecionadas mediante técnicas de amostragem que permitem abranger diferentes semanas dos doze meses do ano.

A **diversidade e pluralismo** são avaliados considerando variáveis que pretendem responder às diferentes dimensões que compõem essa diversidade: os principais *temas* cobertos, os *enfoques geográficos* privilegiados, as *fontes* e os *atores* (protagonistas) das peças que integram a análise.

Em 2019, a amostra contempla um total de **3 694 peças** com a seguinte distribuição:

- “Telejornal” da RTP1 - 743 peças
- “Jornal 2” da RTP2 - 356 peças
- “Jornal da Noite” da SIC - 758 peças
- “Jornal das 8” da TVI - 846 peças
- “CM Jornal 20H” da CMTV - 991 peças

Os principais resultados demonstram que as três **temáticas dominantes** mais frequentes são a **ordem interna, política nacional e desporto** no “Telejornal”, no “Jornal da Noite” e no “Jornal das 8”, ocupando aproximadamente 50 % das peças analisadas nos noticiários da RTP1 (48 %) e da SIC (49 %), e com uma menor concentração nos blocos informativos da TVI (44 %). Já no “Jornal 2” a **política nacional, política internacional e política europeia**, encontram-se entre os três *temas dominantes* abrangendo 62 % das peças do noticiário. No “CM Jornal 20H” a **ordem interna, desporto e sistema judicial** reúnem 67 % das peças deste serviço noticioso.

Em termos de **diversidade geográfica** observa-se que a maioria das peças dos noticiários cobre **acontecimentos ocorridos ou com alcance no território nacional**. As diferentes regiões de Portugal são referidas pelos noticiários, contudo grande parte dos assuntos relacionados com o país são referidos de forma genérica sem que seja destacada uma região particular, com exceção do “CM Jornal 20”, que se destaca por apresentar o maior número de peças sobre acontecimentos ou factos relacionados com as diferentes regiões do país.

Verifica-se que **predomina na cobertura informativa** o que acontece ou se relaciona com a região da **Grande Lisboa** e constata-se que o *Alentejo*, a *Região Autónoma da Madeira*, o *Algarve* e a *Região Autónoma dos Açores* surgem num número residual de peças.

Duas em cada dez peças tratam sobre **acontecimentos internacionais**, destacando-se os assuntos dos países do **continente europeu**, principalmente do Reino Unido – processo do Brexit - e de Espanha – manifestações na Catalunha para exigir a libertação dos líderes independentistas catalães. Observa-se a mesma proporção de peças com enfoque internacional relacionadas com Portugal, nas quais também os países do **continente europeu** estão mais presentes, com destaque para a cobertura das competições europeias de futebol.

No que diz respeito à **diversidade de fontes de informação** explicitadas nas peças analisadas, constata-se que há uma concentração das *fontes* oriundas das áreas da **política nacional e sociedade**, seguidas pelas que fazem parte da *ordem interna*,

comunidade internacional e desporto. Sendo de notar que essas fontes são distribuídas de forma diferente em cada bloco noticioso analisados. Por exemplo, as fontes da *política nacional* predominam nos blocos do operador público, SIC e TVI, enquanto na CMTV se evidenciam as fontes da área da *sociedade*.

Na vertente da análise que foca a **diversidade dos protagonistas**, constata-se que a generalidade das peças dos telejornais de horário nobre é personalizada e, apesar de haver diversidade, os *atores principais* pertencem às áreas da **política nacional, da ordem interna e do desporto** (exceto no bloco do “Jornal2”).

Quando se detalha a análise da **diversidade dos protagonistas** representados nas peças considerando a sua **nacionalidade e sexo** observa-se que estes são **sobretudo portugueses do sexo masculino**, incidindo sobre: *futebolistas e treinadores, secretários gerais e presidentes dos partidos, ministros, o Primeiro-ministro e o Presidente da República*, intercalados pela cobertura de *casos de justiça com os envolvidos em processos judiciais*.

As protagonistas de sexo feminino — nacionais e estrangeiras — continuaram a estar representadas em minoria na amostra de 2019, e são sobretudo integradas nas subcategorias de *vítimas, de secretários-gerais e presidentes dos partidos, suspeitos de crimes e atos ilícitos e representantes de Estado e de Governo dos países-membros*.

Os estrangeiros que protagonizam as peças dos telejornais de horário nobre são sobretudo da *comunidade internacional*, enquanto *representantes de Estado e de Governos estrangeiros e restantes representantes da comunidade internacional*; na *comunidade europeia*, os *representantes de Estado e de Governo dos países-membros e, no desporto, os atletas e técnicos desportivos a trabalhar em clubes portugueses e europeus*.

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS - ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

Os deveres de **rigor informativo, isenção jornalística e proteção de públicos vulneráveis** são obrigações a que os serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV estão legalmente obrigados (consultar enquadramento legal e deontológico no capítulo correspondente) e cujo cumprimento cabe à ERC acompanhar.

A verificação dessas obrigações que a ERC tem vindo a realizar nas diferentes edições do seu Relatório de Regulação incide sobre o visionamento e análise dos noticiários de horário nobre, de cinco serviços de programas.

No sentido de objetivar os preceitos legais que estão na base deste trabalho de monitorização de conteúdos é considerado o seguinte conjunto de dimensões de análise: 1) Separação entre informação e opinião; 2) Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados; 3) Atribuição e identificação das fontes de informação; 4) Respeito pelo princípio do contraditório; 5) Objetividade jornalística; 6) Respeito pela presunção de inocência; 7) Proteção da identidade das vítimas/pessoas em situação de vulnerabilidade; 8) Preservação dos públicos vulneráveis; 9) Dever de não discriminação; 10) Cobertura mediática: Saúde

Os resultados apurados decorrem de uma amostra de **30 edições emitidas em 2019 por cada um dos serviços noticiosos (um total global de 150 edições)**, as mesmas que serviram de base à verificação das obrigações de pluralismo e diversidade da informação de horário nobre, que também são alvo de análise num dos capítulos do presente Relatório.

No que diz respeito ao **número de peças** visionadas e analisadas contabiliza-se **um total global de 3694**, assim distribuídas:

- **743 peças** emitidas no “Telejornal” da RTP1
- **356 peças** emitidas no “Jornal 2” da RTP2
- **758 peças** emitidas “Jornal da Noite” da SIC
- **846 peças** emitidas no “Jornal das 8” da TVI
- **991 peças** emitidas no “CM Jornal 20H” da CMTV

Em termos de **número de horas de emissão visionadas e analisadas**, contabiliza-se um total global de **157h40m53s**, das quais:

- **25h57m09s** correspondem às peças do “Telejornal” da RTP1
- **15h19m50s** correspondem às peças do “Jornal 2” da RTP2
- **38h23m20s** correspondem às peças do “Jornal da Noite” da SIC
- **39h09m13s** correspondem às peças do “Jornal das 8” da TVI
- **38h51m21s** correspondem às peças do “CM Jornal 20H” da CMTV

Quanto à dimensão que avalia o rigor informativo e a isenção a partir da verificação da **separação entre informação e opinião**, constatou-se como característica comum que os espaços de comentário/análise dedicados à opinião de especialistas/comentadores, são tendencialmente inseridos nos alinhamentos das edições analisadas demarcados dos restantes conteúdos.

Mas considerando a vertente da análise que pretende apurar **se os conteúdos da responsabilidade dos operadores tiveram ou não marcas de opinião por parte de quem os construiu**, observou-se que em aproximadamente 90% dos conteúdos visionados em cada um dos cinco noticiários não se identifica qualquer *elemento opinativo no discurso do operador* suscetível de comprometer o seu rigor.

No que diz respeito à **atribuição e identificação das fontes de informação** salienta-se, como tendência dominante, comum aos noticiários da *RTP1, RTP2, SIC e TVI*, que perto de 90% (ou mais) das peças têm *informação* atribuída, isto é, identificaram pelo menos, uma fonte de informação. No caso da *CMTV* isso verificou-se em 71% das peças. No entanto, quando analisado **o nível de atribuição da origem da informação**, constata-se que entre 20% a cerca de 35% dos casos essa atribuição **foi parcial**, o que significa que apenas parte das fontes de informação foram identificadas/explicitadas.

Quanto ao respeito pelo princípio do contraditório constatou-se que na maior parte (entre 77% a 92%) das peças dos cinco blocos informativos, os assuntos noticiados não reportam situações em que seja necessário apresentar as posições em divergência, sendo que na maioria dos casos em que tal necessidade se impunha esse princípio tendeu a ser respeitado.

No que diz respeito à **objetividade jornalística**, enquanto dimensão oposta ao sensacionalismo, observam-se práticas distintas. As edições do *Jornal 2 RTP2* apresentam

um número residual de peças com elementos que contribuem para conferir uma abordagem sensacionalista. Já a CMTV regista os valores mais elevados.

O dever de **respeito pela presunção de inocência** foi assegurado na maioria das peças que reportam situações em que há pessoas que são alvo de investigação policial ou que estão envolvidas enquanto arguidos de processos judiciais não concluídos. Ainda assim, há a assinalar o facto de no noticiário da CMTV terem sido identificadas 26 peças em que esse respeito não foi assegurado. No caso da TVI isso aconteceu em quatro peças, e numa peça da RTP1. Nas edições da amostra analisada do noticiário da SIC e da RTP2 não foi identificada qualquer peça suscetível de configurar uma situação de desrespeito por esse dever.

Quanto à **proteção das pessoas em situações de vulnerabilidade/vítimas** foram contabilizadas 25 peças em que se considera que a sua vulnerabilidade é explorada, ou seja, 0,7 % da totalidade dos conteúdos analisados. Esta exposição não ocorre em todos os serviços de programas, pela ausência de casos na RTP2. A SIC regista uma situação, a RTP1 três, a TVI cinco e a CMTV 16.

As peças com **elementos violentos** que potencialmente podem **suscetibilizar públicos mais vulneráveis** são em número marginal no conjunto dos noticiários. Estes casos são tendencialmente inferiores a quatro peças, sendo que no noticiário da CMTV foram identificadas 11 peças com esses elementos.

De referir que os resultados da análise dos deveres de rigor, isenção e proteção dos públicos vulneráveis apresentados no presente Relatório, serão ainda alvo de uma análise aprofundada numa versão que irá ser disponibilizada de forma autonomizada no sítio eletrónico da ERC.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

A ERC analisou regularmente o anúncio da programação nos serviços de programas generalistas nacionais RTP1, RTP2, SIC e TVI durante o ano de 2019, recorrendo a uma amostra correspondente a uma semana/mês, tendo-se registado um total de 137 situações de alteração da programação ao longo do período analisado, com o maior número de casos de alterações à programação a verificar-se na TVI (49) e o menor número de casos a verificar-se na SIC (7).

Contrariamente aos últimos anos analisados, em que os serviços do operador RTP lideraram o número de alterações de programação, em 2019, foi o serviço privado TVI a apresentar o maior número de casos de alteração da programação. Contudo, os dois serviços do operador público, RTP1 e RTP2, continuam a manter um elevado número de casos, respetivamente, 36 e 45, e estão longe do número apresentado pela SIC, de apenas 7 casos de alteração da programação. No entanto, deve referir-se que esta situação, no caso do operador público, fica a dever-se essencialmente ao cumprimento das suas obrigações específicas de operador concessionário do serviço público de televisão, tendo sido, na sua maioria, justificadas ao abrigo do n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP. Já no caso do serviço TVI, algumas das alterações motivaram a abertura de processos contraordenacionais, uma vez que não foi possível enquadrá-las na norma de exceção do n.º 3, do artigo 29.º, da LTSAP.

Analisada a distribuição por mês do total dos casos identificados no cômputo global dos 4 serviços regularmente analisados, verificou-se que o mês com maior incidência de ocorrências foi junho (21), seguido de maio (20) e setembro (20); novembro foi o mês que registou menos ocorrências (2).

Por sua vez, grande parte das 137 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 artigo 29.º da LTSAP ou, em casos especiais, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC pela sua inexpressividade na análise geral. Excecionam-se várias situações apuradas nos primeiros dois trimestres, no serviço TVI, o que motivou a abertura de dois processos contraordenacionais, ainda sem qualquer decisão.

Através da comparação com os dados recolhidos ao longo do último triénio (2017/-2019), não se pode concluir por uma evolução homogénea, pois se o número de situações irregulares baixou drasticamente, em 2018 (61), voltou novamente a subir, em 2019 (137), com uma diferença de mais 76 casos de alteração da programação registados neste último ano em face do ano imediatamente anterior. A única descida gradual e consistente de casos no triénio verificou-se na SIC, que passou de 18 casos, em 2017, para apenas 7, em 2019.

Durante o ano de 2019, foram ainda analisados, por amostragem aleatória de algumas semanas, os serviços de programas temáticos Cinemundo (temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Cinemundo, Lda.), DStv Pipoca (temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador Cinemundo, Lda.), Canal BLAST (temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.), Hollywood (temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.), HOT TV (temático de natureza sexual para adultos, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador FILMES HOTGOLD-Cinema, Vídeo e Distribuição, S.A.), SIC K (temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.), TXILLO (temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.), Canal Panda (temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.), BIGGS (temático infantil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.), Sporting TV (temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Sporting – Comunicação e Plataformas, S.A.), e SPORT TV5 (temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.).

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

designadamente no que respeita aos serviços de programas cuja própria natureza assim o determina – temáticos de desporto – por terem por base uma emissão sustentada pela atualidade, como seja a transmissão de eventos desportivos. De notar, contudo, que seis dos onze serviços temáticos analisados mostraram um respeito integral da norma aplicável em termos de “anúncio da programação”.

Em 2019, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de dois processos de contraordenação, relativos às alterações da programação registadas nos primeiro e segundo trimestres de 2019, no serviço de programas TVI (Deliberação ERC/2019/177 (PROG-TV), de 26 de junho de 2019, e Deliberação ERC/2020/44 (PROG-TV), de 11 de março de 2020), os quais ainda estão em fase inicial de instrução, sem decisão.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

No que respeita ao cumprimento das normas previstas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, em matéria de tempo reservado à publicidade, previsto no artigo 40.º, n.º 1, verificaram-se algumas situações de incumprimento, o que levou o Conselho Regulador da ERC a propor a abertura de um processo contraordenacional ao serviço de programas SIC.

Em 2019, não foram registadas situações de inobservância na identificação de mensagens publicitárias nos programas.

Foram ainda 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.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

O Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, definiu um conjunto de obrigações para alguns serviços de programas do operador de televisão de serviço público e para os operadores privados, com serviços de programas generalistas e temáticos de informação de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, do serviço público de televisão, em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a RTP1 não atingiu o mínimo estabelecido no Plano Plurianual, entre as semanas 20 e 51.

Contudo, as irregularidades registadas foram relevadas, tendo em conta a natureza da programação e a fundamentação apresentada à ERC. Por sua vez, a RTP2 excedeu as metas estabelecidas em todas as semanas analisadas.

No que respeita à língua gestual portuguesa, ambos os serviços de programas cumpriram o Plano Plurianual, sendo de destacar que a RTP1 excedeu largamente o mínimo obrigatório em todas as semanas da amostra.

Na acessibilidade referente à audiodescrição, os serviços de programas televisivos do operador público, RTP1 e RTP2, atingiram os objetivos anuais fixados no Plano Plurianual,

sendo de salientar que a RTP2 disponibilizou quase o dobro de programação com audiodescrição face ao que é estabelecido pelo Plano Plurianual.

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP 3, bem como os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito regional, RTP Madeira e RTP Açores, cumpriram o Plano Plurianual na totalidade das semanas analisadas no que concerne a acessibilidade de língua gestual portuguesa.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, SIC e TVI, cumpriram e ultrapassaram as obrigações previstas em matéria de acessibilidades, como legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, língua gestual portuguesa e audiodescrição.

Quanto aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, Porto Canal, TVI24 e SIC Notícias, a obrigatoriedade de três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa foi cumprida.

O CMTV não atingiu os mínimos em todas as semanas analisadas, contudo as irregularidades foram relevadas tendo em conta as médias semanais.

Salienta-se nesta matéria o Porto Canal, que superou de forma significativa, e em todas as semanas analisadas, o volume mínimo de horas de programação com interpretação por meio de língua gestual portuguesa.

De assinalar também o cumprimento generalizado das “Regras Complementares” do Plano Plurianual, num ano particularmente intenso em atos legislativos, pese embora se tenham registado três infrações com abertura de processos contraordenacionais, as únicas na área das acessibilidades para o total do ano de 2019.

As obrigações previstas no Plano Plurianual, aplicáveis ao período atual terminam em dezembro de 2020, pelo que a informação recolhida sobre a prática dos diversos operadores constitui um contributo decisivo para traçar o conjunto de deveres a integrar num futuro Plano em 2021.

Assim, considerou-se oportuno integrar, no presente capítulo, uma breve abordagem dos conteúdos que têm beneficiado de ferramentas de acessibilidade, em particular no que respeita aos serviços de programas generalistas.

Pode concluir-se que a oferta de conteúdos acessíveis se apresenta estável e consolidada, sendo oportuno que os operadores venham a assumir crescentes responsabilidades nesta matéria, evoluindo para metas de acessibilidade mais ambiciosas não só em termos de horas de programação, mas também de uma maior diversidade de géneros programáticos.

Importa ainda dar nota positiva e incentivar a boa prática dos operadores de fazer acompanhar os programas por mais de uma acessibilidade, sempre que adequado.

NÍVEIS DE VOLUME SONORO NAS EMISSÕES TELEVISIVAS

Em 2019, foram medidos pela ERC os níveis do volume sonoro de 11 (onze) serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações, entre os programas, os blocos publicitários e as autopromoções, à exceção da RTP1, que registou níveis de volume sonoro altos e da MTV Portugal com níveis de volume sonoro baixos.

Os operadores foram notificados, tendo-se sido verificado, em ações pontuais, a regularização das situações de acordo com a Diretiva 2016/1.

Deste modo, podemos aferir que os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se, na generalidade, adequados (-23 LUFs, \pm 1 LU).

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

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

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

Em 2019, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2018. Assim, no operador de serviço público, a RTP2 não garante, pelo terceiro ano consecutivo, as quotas de programas em língua portuguesa, nem de obras criativas.

Relativamente aos demais serviços de programas, continuam a registar-se percentagens bastante baixas nos serviços de programas temáticos de cinema e infantis/juvenis, os quais baixaram a quota de programas em língua portuguesa e consequentemente de obras criativas.

Os serviços de programas cuja temática são o cinema e séries continuam a revelar percentuais residuais e sem grandes oscilações face a 2018.

Assinala-se ainda que o serviço de programas generalista CMTV se aproximou da quota de obras criativas em língua portuguesa, o que acontece pela primeira vez desde o início da atividade.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos a avaliação anual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações previstas nos artigos 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) e que se referem à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente. Em 2019, dos 48 serviços de programas avaliados, 33 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que os restantes não atingiram esta percentagem, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de

acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP, todavia tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

O mesmo se aplica nas obrigações de produção independente recente, cuja quota de 10%, não é alcançada em 18 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

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

Ainda que por motivos diversos, relacionados com a emissão de produção norte-americana, a TV Séries também não incorpora qualquer obra de produção independente na emissão.

Relativamente à quota de 5% a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente mais de metade da totalidade de produção independente recente, 54,8%.

De assinalar que o serviço de programas generalista de acesso não condicionado com assinatura CMTV apresentou, pela primeira vez, uma percentagem superior a 5% nos critérios identificados.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que, à exceção da MEO, com 15,8% de títulos de obras europeias, os restantes serviços VoD ultrapassaram ou aproximaram-se dos 30% de integração.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

No presente capítulo pretende-se traçar um quadro geral sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI).

Através de uma retrospectiva das obras criativas que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2019, avaliza-se a dinâmica da produção audiovisual dirigida ao público infantil-juvenil.

As análises setoriais, programação cinematográfica e infantil-juvenil são feitas sobre os tempos das primeiras exibições.

Os dados apresentados neste capítulo têm como fontes o portal de televisão da ERC, dados fornecidos pelos operadores de televisão e o YUMI, da Mediamonitor.

O levantamento dos indicadores e consequente análise tiveram por base os seguintes pontos:

- Serviços de programas autorizados, em Portugal;
- Autorizações, renovações e revogações de serviços de programas televisivos;

- Programas de 1.ª exibição e repetições;
- Produção independente de origem nacional e estrangeira;
- Produção nacional independente;
- Géneros de produção nacional independente;
- *Ranking* das produtoras nacionais independentes;
- Principais países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional;
- Mercado cinematográfico nos serviços generalistas;
- Produção infantil-juvenil nos serviços de programas generalistas vs temáticos infantis-juvenis.

A ERC EM 2019 – NÚMEROS MAIS SIGNIFICATIVOS

1. VISÃO GLOBAL

Os serviços da Entidade Reguladora para a Comunicação Social registaram, em 2019, 9659 entradas, entre participações, comunicações, convites, pedidos de informação ou de esclarecimento. Na sequência destas entradas e por iniciativa do próprio regulador, foram abertos 1516 processos.

No ano em apreciação, o Conselho Regulador da Entidade reuniu de forma ordinária por 50 ocasiões. Nessa sede aprovou 350 deliberações, uma Diretiva sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica e 348 informações relativas a procedimentos officiosos de análise e fiscalização.

Em baixo, sintetizam-se os números mais relevantes sobre a atividade da ERC em 2019:

- **350** Deliberações
- **1** Diretiva
- **50** Reuniões do Conselho Regulador
- **2** Audições do Conselho Regulador na Comissão Parlamentar de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto e na Comissão Parlamentar de Cultura e Comunicação
- **2** Reuniões do Conselho Consultivo

E ainda:

- **9695** Entradas
- **1516** Processos abertos
- **86** Recursos humanos
- **90 700,20** euros investidos em estudos/pareceres realizados por entidades externas (universidades e outras entidades especializadas)
- **10 Publicações:**
 - Relatório de Regulação 2018;
 - Relatório de Atividades e Contas 2018;
 - Relatório de avaliação da Observância do Princípio do Pluralismo Político na RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores, RTP Madeira, SIC, TVI e CMTV em 2018;
 - Estudo sobre “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”;
 - Dossier sobre “A Diversidade Sociocultural nos *Media* (2015-2017)”;
 - Relatório sobre a Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 – Rádio;
 - Relatório sobre a Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 – Televisão;
 - Relatório de avaliação das obrigações de Pluralismo e Diversidade nos serviços de programas televisivos: Análise da Programação da RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3 em 2018;
 - Relatório de avaliação das obrigações de Pluralismo e Diversidade nos serviços de programas televisivos: Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018;

- o Relatório de avaliação das obrigações de rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis nos serviços de programas televisivos – Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018.

DELIBERAÇÕES DO CONSELHO REGULADOR

1. VISÃO GLOBAL

Em 2019, a atividade deliberativa do Conselho Regulador da ERC caracterizou-se pela emissão de uma diretiva sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica, na qual o órgão regulador reiterou a sua preocupação em torno deste problema social e sublinhou algumas recomendações dirigidas aos órgãos de comunicação que se encontram sob sua supervisão, e pela adoção de 350 deliberações, na sua maioria referentes a situações verificadas em serviços de programas televisivos. O Conselho Regulador procedeu ainda à aprovação de 348 informações relativas a procedimentos officiosos de análise e fiscalização desencadeados pelos serviços da Entidade.

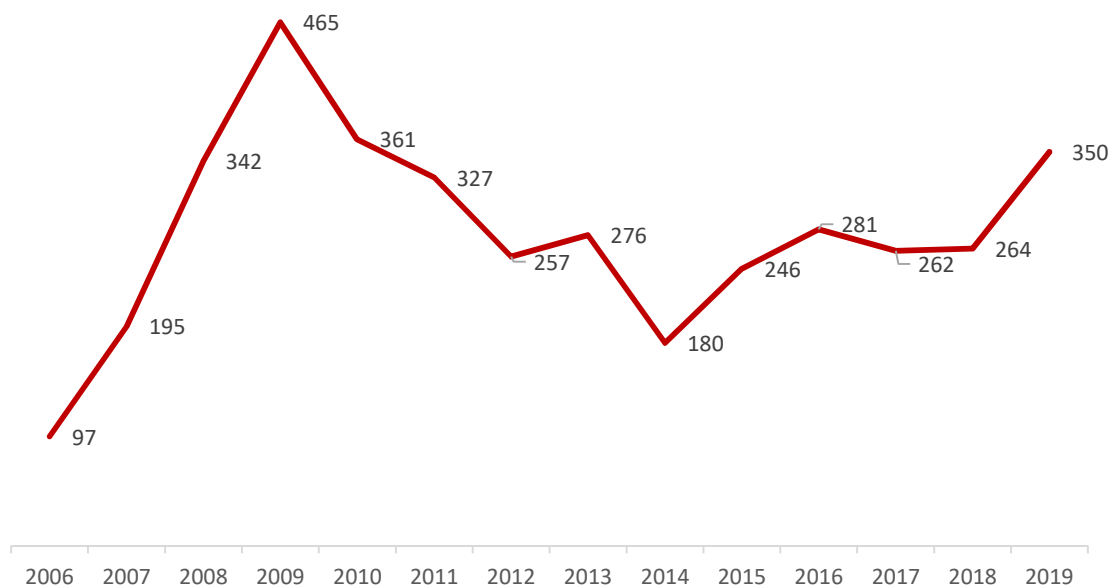
No exercício de 2019 a ERC cumpriu 13 anos de atividade, estando em funções, pelo segundo ano consecutivo, o seu terceiro ciclo de Conselheiros, que assumiu formalmente o cargo a 14 de dezembro de 2017.

A ERC soma, desde 2006, um total de 3903 Deliberações, que podem ser lidas, na íntegra, no seu sítio eletrónico (www.erc.pt), em cumprimento do que se encontra determinado nos seus Estatutos. Refira-se que as deliberações são tomadas por maioria, exigindo-se, em qualquer caso, o voto favorável de três dos cinco elementos que compõem o Conselho Regulador.

O órgão regulador reúne ordinariamente uma vez por semana e extraordinariamente quando for convocado pelo seu presidente, por iniciativa sua ou a solicitação de dois dos restantes membros. Em 2019, o Conselho Regulador reuniu por 50 ocasiões. As matérias referentes a conteúdos programáticos, conteúdos jornalísticos, rigor informativo, direito de resposta e de retificação e autorizações (ora para modificação do controlo, projeto, programação e denominação de operadores de rádio, ora para o exercício da atividade de televisão) dominaram, no global, os temas alvo de pronúncia por parte dos Conselheiros.

A ATIVIDADE DELIBERATIVA EM NÚMEROS

Fig.1 – Evolução das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador (2006 a 2019)



A Televisão foi o suporte de OCS mais visado nas deliberações emitidas pela ERC, com um peso de 53,4 %, seguido da Imprensa, com 28,03 %, da Rádio, com 21,21 % e da Internet, com 13,64 %. As deliberações que envolvem diversos meios de comunicação representaram 16,29 %.

No ano em análise, o conteúdo televisivo que registou o maior número de participações junto da ERC foi uma reportagem da autoria da jornalista Ana Leal, exibida a 10 de janeiro de 2019, no espaço informativo “Jornal das 8” do serviço de programas generalista TVI, sob o título “Investigação TVI – Grupo secreto quer ‘curar’ homossexuais”, e o debate subsequente, transmitido pelo serviço de programas TVI24.

Recorde-se que a ERC, por despacho de 30 de janeiro de 2019 do Conselho Regulador, iniciou por sua iniciativa um procedimento oficioso contra a citada exibição, que teria depois também em conta as 703 participações apresentadas na ERC por cidadãos a expressar o seu desagrado e repúdio.

Este procedimento foi concluído pela ERC, a 5 de junho de 2019, com a decisão de recomendar ao operador televisivo TVI o cumprimento das regras jurídicas e deontológicas a que está obrigado e o respeito escrupuloso dos direitos fundamentais de terceiros em programas transmitidos sob a sua responsabilidade. Na apreciação que conduziu, a ERC concluiu que na produção e transmissão das peças referidas o operador desrespeitou várias exigências jurídicas e deontológicas a cujo cumprimento está obrigado no exercício da sua atividade. Na leitura da ERC, a reportagem socorre-se de gravações ocultas e, por isso, não autorizadas, captadas em locais sujeitos a reserva de acesso, no âmbito do exercício de funções e atividades protegidas por especiais prerrogativas de sigilo e cuja difusão em antena não assegurou cabalmente a preservação do anonimato de alguns dos visados. Acresce que tal reportagem recorre à dissimulação

da identidade e propósitos de quem obteve ilicitamente as imagens, através de encenação por interposta pessoa (não jornalista), pondo em causa a relação de confiança que o jornalismo deve manter com as respetivas fontes.

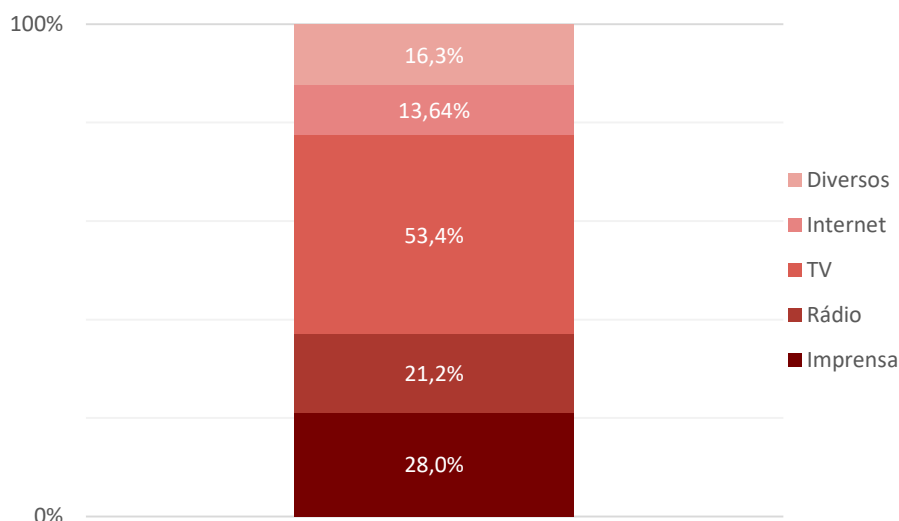
Em matéria de televisão, realça-se também, em 2019, a deliberação referente à avaliação da observância do princípio do pluralismo político nos serviços de programas televisivos do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3, RTPA e RTPM –, e dos operadores privados – SIC, TVI e CMTV –, na programação emitida durante 2018.

Igualmente, as deliberações relativas à avaliação das obrigações de rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação diária de horário nobre na RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV (2018) e avaliação das obrigações de pluralismo e diversidade nesses blocos informativos e na programação da RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3 em 2018.

Em 2019, destacam-se também as pronúncias respeitantes à avaliação intercalar da autorização dos serviços de programas MTV Portugal, MVM, SPORT TV África1 e SPORT TV3. Recorde-se que cabe ao Regulador verificar o grau de cumprimento dos fins genéricos e específicos da atividade dos operadores de televisão, bem como das obrigações fixadas nas respetivas licenças ou autorizações a estes atribuídas.

A ERC procedeu ainda à renovação da autorização para o exercício da atividade de televisão através do serviço de programas TV Cine3, extinguiu a autorização para o serviço de programas Angelus TV e autorizou dois serviços de programas televisivos temáticos de desporto, NOS SPORTS e 11, e um serviço de programas televisivo temático de cinema, NOS STUDIOS.

Fig.2 – Distribuição das Deliberações por tipo de suporte do OCS (Ano 2019)



Em 2019, as situações que a ERC analisou em publicações impressas prenderam-se essencialmente com a natureza dos conteúdos jornalísticos publicados (como fotografias de menores), com o dever jornalístico de informar com rigor (obrigação de auscultação das partes com interesses atendíveis, identificação da fonte de informação) e com o exercício do direito de resposta e de retificação. Recordamos que cabe à ERC, nos termos

dos artigos 59.º e seguintes dos seus Estatutos, analisar os recursos por denegação ilegítima ou cumprimento deficiente dos citados direitos. A consagração legal destes direitos remonta a 1837 e decorre da constatação de que não basta assegurar a liberdade de criação de empresas de *media* e a sua liberdade editorial, impondo-se garantir igualmente a existência de meios de proteção dos cidadãos face à comunicação social e de garantia da veracidade informativa.

Em matéria de rádio, foram 56 as deliberações aprovadas, essencialmente respeitantes a alterações de domínio dos operadores, de denominação, de classificação quanto ao conteúdo da programação e de modificação do projeto aprovado.

No decurso de 2019, foram também significativas as deliberações aprovadas referentes aos pareceres dados pela ERC face a pedidos de alteração do nome do canal de programa e de transmissão de mensagens no sistema RDS através da utilização da aplicação radiotexto (RT) submetidos à ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações por diferentes operadores radiofónicos. Recorde-se que a ERC tem competência para a fiscalização da utilização do sistema RDS e deve aferir se as mensagens a transmitir através de radiotexto atentam contra a dignidade da pessoa humana ou são contrárias à lei.

No ano em questão, das deliberações que incidiram sobre órgãos de comunicação social com suportes distintos, destaca-se a Deliberação ERC/2019/229 (CONTJOR) que resulta de sete participações recebidas contra as edições *online* dos jornais Correio da Manhã, Sol, O Jogo, Jornal de Notícias, Notícias ao Minuto, Portal Sapo e revistas VIP e Flash, em resultado das notícias publicadas envolvendo Salvador Sobral e Cristiano Ronaldo a propósito da entrevista ao programa espanhol "Late Motiv". Face aos factos apurados, a ERC deliberou recomendar aos citados meios (excetuando o Notícias ao Minuto e Portal Sapo, que reconheceram o erro) o escrupuloso respeito pelo rigor informativo, designadamente através da verificação e da identificação das fontes, bem como da atribuição de afirmações aos seus respetivos autores.

As pronúncias referentes a situações verificadas em edições eletrónicas somaram 36 deliberações. Pelo teor, sobressai a Deliberação ERC/2019/101 (CONTJOR-NET) referente a uma participação contra a revista Sábado a propósito da publicação, na sua edição *online*, da notícia "Alunos de escola de parede ameaçados e agredidos por grupo de mais de 40 jovens" e no seguimento da qual a ERC instou a revista Sábado a, doravante, exercer cautelas acrescidas aquando da utilização de *posts* de Facebook de terceiros, nomeadamente quando os mesmos possam conter discurso de ódio ou linguagem ofensiva.

No que respeita à ação da ERC, em 2019, sobre conteúdos que circularam nas páginas eletrónicas de órgãos de comunicação social sob jurisdição do Estado português, de salientar também o apelo que dirigiu aos *media*, a respeito de imagens do massacre cometido em 15 de março de 2019, na Nova Zelândia, filmadas pelo respetivo autor, que estavam em exibição, sem o devido tratamento editorial nas páginas eletrónicas. A ERC apelou para que adotassem as medidas necessárias para impedir, de forma efetiva e imediata, o acesso generalizado e acrítico a esse tipo de imagens, quer através dos meios técnicos ou tratamento editorial adequado, quer, se necessário, através da sua remoção. A ERC considerou que as referidas imagens, pela sua notória violência, eram suscetíveis

de afetar, de forma manifesta e grave, os públicos sensíveis que com elas tivessem contacto.

Fig. 3 – Agregado das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2019

	Imprensa	Rádio	TV	Internet	Diversos	Total
Autorizações	0	23	16	0	0	39
Conteúdos	26	2	67	23	5	123
Proc. Contraordenacionais	10	1	9	2	0	22
Direito de Resposta	16	0	15	0	0	31
Direito dos Jornalistas	0	0	0	0	6	6
Licenças	0	5	0	0	0	5
Obrigações de Programação	0	0	6	0	0	6
Pareceres	0	18	0	0	14	32
Pluralismo	2	0	13	1	3	19
Registos	7	1	0	2	1	11
Publicidade	4	1	5	3	1	14
Sondagens	1	0	0	0	12	13
Transparência	0	0	0	0	0	0
Outros	8	5	10	5	1	29
Total	74	56	141	36	43	350

Neste período sobressaem também as decisões tomadas por parte da ERC, no que respeita a processos contraordenacionais abertos contra empresas detentoras de meios de comunicação social.

No seguimento de 15 dos 22 processos abertos, foi deliberada, em 2019, a aplicação de coimas a entidades proprietárias de publicações periódicas impressas e *online* e de serviços de programas televisivos, no valor global de 141 741,60 euros, nos termos das seguintes deliberações: Deliberação ERC/2019/3 (OUT-TV-PC), Deliberação ERC/2019/7 (DR-I-PC), Deliberação ERC/2019/80 (DR-I-PC), Deliberação ERC/2019/99 (OUT-TV-PC), Deliberação ERC/2019/180 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2019/210 (OUT-TV-PC), Deliberação ERC/2019/264 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2019/276 (PUB-TV-PC), Deliberação ERC/2019/280 (DR-I-PC), Deliberação ERC/2019/281 (REG-NET-PC), Deliberação ERC/2019/287 (CONTPROG-TV-PC), Deliberação ERC/2019/317 (CONTJOR-I-PC), Deliberação ERC/2019/323 (DR-I-PC), Deliberação ERC/2019/325 (REG-NET-PC) e Deliberação ERC/2019/346 (CONTJOR-I-PC).

Recorde-se que a ERC, no âmbito da sua atividade, aplica coimas sujeitas ao regime jurídico aprovado pelo DL 433/82, de 27 de outubro. Nos restantes sete processos contraordenacionais que conduziu, a ERC concluiu pela aplicação de penas de admoestação ou com a decisão de arquivamento.

Na atividade deliberativa do regulador, continuou também a sobressair a pronúncia sobre a emissão de pareceres prévios a solicitações dirigidas pela ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações e sobre iniciativas legislativas relativas à esfera de atribuições da ERC, que obrigatoriamente lhe são submetidas pela Assembleia da República ou pelo Governo.

Entre as matérias mais relevantes sobre as quais a ERC emitiu pareceres salienta-se a operação de concentração relativa à aquisição do controlo exclusivo do Grupo Media Capital, S.G.P.S., S.A. pela Cofina S.G.P.S, S. e face à qual a ERC declarou não se opor, por concluir que essa operação não colocava em causa os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, cuja tutela incumbia à ERC aí acautelar.

Refira-se também o pedido de parecer do Conselho de Administração da RTP, relativo à destituição e nomeação de elementos para a Direção de Informação de Televisão e as pronúncias sobre o Projeto de despacho relativo à lista de acontecimentos que devem ser qualificados de interesse generalizado do público e sobre o Projeto de lei n.º 1154/XIII/4.º (PCP) e o Projeto de lei n.º 1164/XIII/4.º (BE).

Informações adicionais sobre as deliberações adotadas pelo Conselho Regulador, no ano 2019 e períodos anteriores, podem ser obtidas através da consulta das versões integrais publicadas na área “Deliberações” do seu sítio eletrónico.

INICIATIVAS DE REGULAÇÃO INICIADAS OU FINALIZADAS EM 2019

1. VISÃO GLOBAL

Regular a comunicação social para garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias fundamentais, tanto dos cidadãos como dos órgãos de comunicação social implica a participação em iniciativas de contextos sociais diferentes.

Entre as atribuições que se encontram sob a alçada da ERC, consta assegurar o respeito pelos direitos e deveres constitucional e legalmente consagrados, como a liberdade de imprensa, o direito à informação, a independência perante os poderes político e económico e o confronto das várias correntes de opinião; a não concentração da titularidade das empresas do setor, pela salvaguarda do pluralismo e da diversidade; o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política; o apoio à definição das políticas e estratégias para uso do espectro radielétrico, a fiscalização das campanhas de publicidade do Estado, através da monitorização do cumprimento das normas aplicáveis aos órgãos de comunicação social e conteúdos por eles difundidos e da promoção do regular e eficaz funcionamento do mercado em que se inserem.

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

Em baixo, enumeram-se as principais ações que a ERC começou ou concluiu durante 2019, em matéria de regulação e de supervisão.

ERC publica Diretiva sobre a cobertura jornalística da violência doméstica

Em fevereiro, a partir das conclusões do estudo da ERC "Representações da Violência Doméstica nos Telejornais de Horário Nobre", publicado em novembro de 2018, e da notícia de vários crimes ocorridos em janeiro, o Conselho Regulador reafirmou o papel dos órgãos de comunicação social na formação da opinião pública e na prevenção, sensibilização e informação sobre o problema.

Enquanto regulador, a ERC realçou as atribuições nos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos e os objetivos de «promover e [...] assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais» e o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias».

O rigor informativo e a isenção neste tipo de circunstâncias foram defendidos para garantir o cumprimento das normas ético-legais da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados.

Em síntese, as recomendações consistiram na divulgação de mecanismos e linhas de apoio às vítimas, no enquadramento e contextualização da violência doméstica, além do homicídio e como problema social; diversificar as fontes de informação, evitar o sensacionalismo e, em alternativa, enquadrá-la como um problema estrutural da sociedade e não como um caso extraordinário, evitar a responsabilização das vítimas e a

desculpabilização dos agressores, através da justificação da violência, e garantir o direito à reserva da intimidade da vida privada de todos os envolvidos e à presunção de inocência dos agressores.

Estas recomendações foram incluídas na Diretiva da ERC 2019/1 — sobre a cobertura informativa de situações de violência doméstica dirigida aos órgãos de comunicação social sob sua supervisão.

ERC publica Qualidade da Legendagem para Surdos nas Televisões Generalistas

Em março, a ERC tornou público um relatório sobre a "Qualidade da Legendagem para Surdos" nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI), como mais um contributo para as acessibilidades para pessoas com necessidades especiais. O estudo apresenta as conclusões das práticas de divulgação da grelha de programação com legendagem para surdos na imprensa, nos sítios eletrónicos dos canais e via teletexto, bem como os resultados da análise à qualidade da legendagem efetivamente associada aos programas nos 4 canais em sinal aberto.

Este trabalho vem na sequência do compromisso da ERC com a proteção dos direitos dos públicos com necessidades especiais e da definição do "Guia de Boas Práticas" em matéria de legendagem para surdos, de dezembro de 2018.

ERC participa na conferência "Direitos das pessoas com deficiência"

Além de fiscalizar o cumprimento do Plano Plurianual para garantia das acessibilidades da televisão por parte de pessoas com necessidades especiais, a ERC participou, no início de dezembro, na conferência "Direitos das pessoas com deficiência", organizada pela ANICDV - Associação Nacional para a Inclusão dos Cidadãos com Deficiência Visual, que decorreu na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa.

A ERC esteve representada pela Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, e interveio no painel "A importância do direito à informação", sublinhando o direito fundamental de todos os cidadãos à acessibilidade, para o exercício da cidadania, e defendendo a necessidade de garantia ao acesso à informação e à inclusão de todos os cidadãos na vida pública.

A ERC destacou a prioridade de incentivar o aumento contínuo e progressivo das acessibilidades nos diversos serviços de programas generalistas e temáticos de informação, definidas no Plano Plurianual, até que os programas de televisão se tornem totalmente acessíveis. Foram especificadas as necessidades de reforço da oferta de programas acessíveis para o público infantil e juvenil e de adoção de boas práticas como a legendagem, a língua gestual portuguesa e a audiodescrição aquando da difusão de programas de atualidade política e interesse público, que contribuem para uma sociedade mais inclusiva.

ERC apela à contenção na exibição do vídeo de um massacre na Nova Zelândia

Em 20 de março, o Conselho Regulador emitiu um apelo aos órgãos de comunicação social sob jurisdição do Estado português para tratarem editorialmente ou eliminarem dos seus sítios eletrónicos um vídeo do massacre em duas mesquitas de Christchurch, na Nova Zelândia, ocorrido cinco dias antes e captado em tempo real pelo seu autor, por poder afetar os públicos sensíveis, de acordo com o art.º 7.º dos Estatutos da ERC.

Para esta chamada de atenção contribuiu o facto de as imagens não terem tido tratamento editorial e estarem acessíveis naqueles sítios. O Conselho Regulador registou o papel da informação numa sociedade democrática, realçando o princípio de responsabilidade social e o compromisso de defesa e promoção de valores e direitos constitucionais.

ERC apresenta, na Assembleia da República, o estudo "A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional" e lança consulta pública

No início de abril, o Conselho Regulador da ERC entregou ao presidente da Assembleia da República, Eduardo Ferro Rodrigues, o estudo "[A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional](#)", que reflete a dimensão, a abrangência e a problemática da proliferação de desinformação e de falsas narrativas *online*, nos quadros legais europeu e português, circunscrito às atribuições e competências da ERC. O estudo foi elaborado pelo Departamento de Análise de *Media* e pelo Departamento Jurídico, com supervisão do vice-presidente do Conselho Regulador, Mário Mesquita, por solicitação do presidente do Parlamento.

Nele a ERC propôs várias ações contra a desinformação através dos meios eletrónicos: no próprio regulador, adotar uma redefinição do conceito de órgão de comunicação social, por referência à [Deliberação 202/2015 \(OUT\)](#), para incluir as entidades responsáveis pela produção, agregação ou difusão no ambiente digital. No ensino e na formação, o reforço da literacia mediática para os cidadãos de todas as idades, a sua integração nos currículos escolares e para formação de professores.

Na legislação a ERC propõe: consagrar uma norma específica que adote, a partir do conceito comunitário, uma definição de desinformação e que preveja a sua ilicitude quando relacionada com a violação de valores fundamentais como a dignidade, a igualdade, a não discriminação e tolerância, a segurança e ordem públicas e a saúde pública.

Ainda na área legislativa: a revisão da Lei do Regime Jurídico da cobertura jornalística nos períodos eleitorais e que regula a Propaganda Eleitoral através de Meios de Publicidade (Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho), a necessidade de alterações às leis da Televisão, da Rádio e de Imprensa, e do Decreto Regulamentar dos Registos, para adaptá-lo ao digital e permitir a efetiva aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados.

No contexto dos meios, sublinha a necessidade de garantir a aplicação e monitorização do Código de Boas Práticas contra a Desinformação, o reforço de recursos e de sanções dissuasoras e a transparência do financiamento das campanhas políticas *online*.

As orientações aos órgãos de comunicação social passam pela publicitação de listas de sítios ou de páginas comprovadamente de notícias falsas, o reforço do pluralismo, de formas de controlo do rigor da informação, o incentivo à co e autorregulação (Provedores dos públicos), a adoção de códigos de conduta com mecanismos de escrutínio, como os verificadores de factos e a sensibilização, também aos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas, para darem visibilidade ao número de registo na ERC.

A apresentação pública do estudo foi feita por Mário Mesquita, Vice-Presidente da ERC, no âmbito da conferência "Informação e Desinformação na Era Digital", promovida pela Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto da Assembleia da República.

Nessa intervenção, Mário Mesquita salientou que o Estudo é o ponto de partida de um debate alargado a especialistas de diferentes áreas e que implica a defesa das liberdades de expressão e de imprensa, constitucionalmente consagradas.

Em setembro, o Conselho Regulador lançou uma consulta pública ao Estudo, circunscrita às atribuições e competências da ERC, que esteve aberta até 30 de novembro de 2019 e visa a adoção de uma Diretiva.

ERC participa no em fóruns na Bélgica

Em meados de março, a ERC esteve presente em diferentes reuniões e encontros promovidos pela Comissão Europeia, em Bruxelas, no contexto da Semana Europeia da Literacia Mediática. A ERC foi representada por Eulália Pereira, técnica do Departamento de Análise de *Media* e membro da equipa responsável pelo Projeto de Literacia Mediática da ERC, no *workshop* do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA), na conferência "*Informed Citizens in the Digital Age*" e na reunião entre o Comité de Contacto da Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual e o Grupo de Especialistas sobre Literacia Mediática, que se concentraram em formas de potenciar o desenvolvimento da área.

ERC participa no V Congresso de Literacia Mediática, em Aveiro

Em maio, a ERC coorganizou a V edição do "Congresso de Literacia, *Media* e Cidadania", sob o tema "Tecnologia, Desinformação e Ética" e promovido pelo Grupo Informal sobre Literacia Mediática (GILM) de que o regulador dos *media* faz parte. Nesse quadro, participou com várias comunicações e dinamizou uma ação semelhante às que promove em escolas e bibliotecas, entre outros organismos.

A V edição do Congresso centrou-se na apresentação de projetos, no debate sobre as plataformas digitais, nos *media* dirigidos ao público em geral e nos especializados em literacia para os *media*, passando pelas dinâmicas de oferta e consumo por audiências fragmentadas. A desinformação foi um dos temas em que a regulação mais foi apresentada como solução, a par da literacia mediática, para capacitar todos os públicos para o impacto das tecnologias num contexto em que já são usadas a realidade virtual e a inteligência artificial.

ERC promove curso de Regulação com o ISCTE, Sindicato dos Jornalistas e Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas

Desde o início de maio e até ao início de junho decorreu a primeira edição do Curso de Especialização em Regulação e Deontologia dos *Media*, no Instituto para as Políticas Públicas e Sociais do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), em Lisboa. O curso resultou de uma parceria entre a ERC, o ISCTE, o Sindicato dos Jornalistas e a Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas e foi dirigido a profissionais da comunicação social, assessores de imprensa, reguladores, juristas, académicos e públicos de informação, para habilitá-los no conhecimento dos direitos fundamentais e da legislação específica de supervisão do setor.

Outra dimensão do curso foi a de preparação para o consumo crítico, nomeadamente contra a desinformação, com conteúdos sobre o rigor, a isenção e os limites à liberdade de imprensa, os direitos de resposta e de retificação, a oferta de obras europeias, as

acessibilidades para pessoas com necessidades especiais, a transparência dos *media* e as modalidades de regulação na Europa, entre outros.

As matérias lecionadas incidiram sobre as normas do quadro legal e das políticas de heterorregulação e de autorregulação, nos contextos português e da União Europeia.

ERC lança o Portal da Transparência

Em dezembro, a ERC tornou público o Portal da Transparência no endereço <https://portaltransparencia.erc.pt>, com informação sobre a titularidade, gestão e meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sob jurisdição do Estado português. Este sítio assenta numa base de dados eletrónica desenvolvida para dar cumprimento ao n.º 1 do art.º 6.º da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho (“Lei da Transparência”). Esta determina que os elementos transmitidos à ERC no âmbito destas obrigações são de acesso público, excluindo exceções previstas se invocados interesses fundamentais dos interessados.

O princípio da transparência da titularidade dos meios de comunicação social está consagrado no art.º 38.º da Constituição da República Portuguesa, relativo à liberdade de imprensa, para promover a liberdade e o pluralismo de expressão e a salvaguarda da independência editorial perante os poderes político e económico.

As informações resultam dos dados comunicados diretamente pelas entidades detentoras de órgãos de comunicação social, através da Plataforma Digital da Transparência, sobre as detenções diretas, cadeias de imputação de participações qualificadas (iguais ou superiores a 5 % do capital social), composição dos órgãos sociais e fluxos financeiros.

A Lei da Transparência abrange todas as entidades que prosseguem atividades de comunicação social com sede em Portugal, identificadas no art.º 6.º dos Estatutos da ERC, o que corresponde a um universo de proprietários de natureza jurídica muito diversificado (entre outros, sociedades comerciais, associações, cooperativas, fábricas de igreja e fundações).

Produção editorial da ERC em 2019

A partir dos dados e avaliações elaborados pelos seus Departamentos e Unidades, a ERC produz dossiês e capítulos temáticos que publica integralmente no seu sítio eletrónico. Alguns destes correspondem a versões mais contextualizadas de sínteses integradas no Relatório de Regulação. De seguida, enumeram-se alguns dos documentos mais relevantes editados em 2019.

Em abril, foi publicado o dossiê sobre "[A Diversidade Sociocultural nos Media](#)", elaborado a partir da monitorização sistemática e análise da informação diária e da programação da RTP1, RTP2, SIC e TVI, entre 2015 e 2017, sobre a presença e tratamento mediático por género, etnia/origem, migrações, pessoas portadoras de deficiência e grupos socioeconómicos vulneráveis. Estas preocupações são enquadradas pelas atribuições do regulador da comunicação social, de salvaguarda e promoção do pluralismo cultural e da diversidade de expressão das várias correntes de pensamento.

Em junho, aquando da divulgação do relatório referente a 2018 sobre as obrigações de horas emitidas com acessibilidade para pessoas com necessidades especiais, definidas

pelo Plano Plurianual da ERC para 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020 aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, a ERC concluiu ter havido uma estabilização dessas garantias pelos operadores de televisão de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, tanto nos serviços generalistas como nos temáticos.

O Plano Plurianual define obrigações de legendagem para surdos, interpretação por língua gestual portuguesa e audiodescrição com exigências diferentes para os operadores de serviço público (RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira) e para os privados (SIC, TVI, CMTV, Porto Canal, SIC Notícias e TVI24).

Ainda em junho, foi publicado o relatório "[Acessibilidade dos Serviços de Programas Televisivos em 2018](#)" numa versão apta para consulta por pessoas com deficiência visual.

Em julho, a ERC publicou o relatório "[Publicidade Institucional do Estado em 2018](#)", revelando um investimento publicitário do Estado de 1 322 464,33 euros através de 19 entidades da administração direta, os institutos públicos e as entidades que integram o setor público empresarial do Estado, que comunicaram 136 campanhas publicitárias ao regulador, pelo estabelecido pela Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, com as regras e os deveres de transparência para a sua distribuição em território nacional, através dos órgãos de comunicação social locais e regionais.

No mesmo mês, foi publicado o relatório "[Produção Audiovisual dos Serviços de Programas Televisivos em 2018](#)", com a avaliação anual do cumprimento daquelas quotas de difusão, referentes à defesa da língua portuguesa, produção europeia e produção independente, nos 48 serviços televisivos de âmbito nacional.

Em síntese, os mínimos de difusão estipulam que metade dos programas têm de ser originários em língua portuguesa, bem como 20 % de obras criativas; metade de obras de produção europeia e 10 % de independentes com menos de cinco anos, de acordo com o estipulado nos art.ºs 44.º a 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Também em julho, foi lançado o relatório "[Difusão de Música Portuguesa em 2018](#)", com o balanço das obrigações de 217 serviços de programas de radiodifusão sonora, de cobertura de âmbito nacional, regional e local, a quase totalidade, privados.

Para todos os serviços está estabelecida a emissão de música portuguesa entre 25 % e 60 % da programação, consoante os períodos, pelos art.ºs 41.º e 42.º, e art.º 44.º, respetivamente, da Lei da Rádio n.º 54/2010, de 24 de dezembro. Isentos ficam os serviços temáticos musicais, assentes na *dance music*, *hip-hop/urbana* e *jazz*, ao abrigo do regime de exceção previsto no art.º 45.º da Lei da Rádio, com base no Regulamento da ERC n.º 495/98, por serem considerados géneros insuficientemente produzidos em português, pela Associação Fonográfica Portuguesa.

O Portal das Rádios da ERC foi a fonte de informação, a partir de uma base de dados de preenchimento voluntário, que permite aos emissores de música portuguesa enviarem os dados sobre emissão de música portuguesa, de acordo com o fixado na Portaria n.º 373/2009, de 8 de abril.

No final de agosto, foram publicados os relatórios sobre a “[Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 - Televisão](#)” e a “[Cobertura Jornalística das Eleições Europeias 2019 - Rádio](#)”, para o Parlamento Europeu, entre 13 e 24 de maio, considerado o período em que a observância do princípio do pluralismo político-partidário tem mais relevância, através da análise dos serviços RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV e na Antena 1, TSF, Rádio Renascença e Rádio Comercial, nos blocos noticiosos e nos programas não-diários de entrevista, debate, opinião, análise política, comentário, crónica e de sátira.

A ERC tem entre os seus objetivos de regulação «promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação», pelo art.º 7.º, alínea a) dos seus Estatutos, Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

Para a realização destes relatórios foram analisadas 578 peças televisivas e 176 peças radiofónicas nas quais se identificaram as presenças de partidos políticos candidatos e dos seus representantes (candidatos e outros), o enfoque temático e o destaque, por exemplo, o tempo dedicado nos blocos informativos dos órgãos de comunicação social.

Os relatórios de avaliação das obrigações de Pluralismo e de Diversidade: “[Análise da Programação da RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV e RTP3 em 2018](#)” e “[Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018](#)”, foram publicados no final de outubro, e portanto referem-se aos operadores generalistas nacionais de acesso não condicionado livre e a dois serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura; a CMTV e a RTP3, canal temático informativo do operador público de televisão. O primeiro relatório analisa o Universo da programação e o segundo, uma amostra dos telejornais.

A diversidade é referida à heterogeneidade dos conteúdos e o pluralismo, a ser um dos valores fundacionais da democracia e como a garantia de variedade política, social e cultural. Nestes relatórios a ERC avalia a coerência, total ou parcial, com os requisitos exigidos pela Lei a um serviço de programas generalista ou temático informativo de um operador licenciado para a atividade televisiva. A ERC adotou os relatórios através da [Deliberação ERC/2019/274 \(PLU-TV\)](#) e da [Deliberação ERC/2019/293 \(PLU-TV\)](#).

No final de novembro, a ERC publicou o “[Relatório de avaliação das obrigações de Rigor, Isenção e Proteção de Públicos Sensíveis – Análise dos blocos noticiosos de horário nobre dos serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2018](#)”, a partir de uma amostra destes programas e com a metodologia nos anexos a estes documentos. O relatório foi adotado pelo Conselho Regulador através da [Deliberação ERC/2019/298 \(CONTJOR - TV\)](#).

No início de dezembro, a ERC publicou a “[Análise económico-financeira do setor de media em Portugal 2018](#)”, retrato de um setor com cerca de dois mil órgãos de comunicação social registados, sobretudo de imprensa, radiodifusão e empresas jornalísticas. A observação resultou da informação reportada pelos regulados à ERC, no âmbito da Lei nº 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social (Portal da Transparência), e em dados financeiros detalhados de um conjunto representativo de empresas reguladas.

ERC publica Relatório de Avaliação da Observância do Pluralismo Político em 2018

O “Relatório de Avaliação da Observância do Princípio do Pluralismo Político – Informação Televisiva Diária e Não-Diária” foi divulgado na [versão integral](#), através de um [sumário executivo](#) e da [Deliberação ERC/2019/338 \(PLU-TV\)](#) pela qual o Conselho Regulador o aprovou, em 18 de dezembro de 2019. Este visa reconhecer a garantia de uma equitativa e equilibrada expressão das várias correntes de pensamento político pelos operadores televisivos.

Os Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, atribuem ao Conselho Regulador a competência para «promover o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento (...)» e para garantir «a efetiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social».

A observância do princípio do pluralismo político é acompanhada anualmente nos serviços do serviço público de televisão – RTP1, RTP2, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira – e dos operadores privados – SIC, TVI e, pela primeira vez em relação a 2018, CMTV. A análise da presença de atores políticos foi feita a uma amostra dos blocos da informação diária do horário nobre e do universo da não-diária; todos os programas autónomos de comentário, debate, entrevista e edições especiais.

O Relatório do Pluralismo 2018 foi adotado pelo Conselho Regulador e remetido à Assembleia da República e aos serviços de programas analisados, no sentido de sensibilizá-los para eventuais desvios nos resultados apurados.

A avaliação do pluralismo centra-se na identificação da presença das formações e/ou dos atores políticos enquanto representantes das diferentes correntes de expressão e opinião na informação. Além dos membros dos Governos, de dirigentes e militantes dos partidos políticos, a análise compreende outras formações como a Presidência da República, os organismos públicos/do Estado, os empresariais/económicos nacionais, autarquias do Continente e das Regiões Autónomas, representantes dos bombeiros e Proteção Civil, representantes sindicais e cidadãos, entre outros, apenas se representados em interação com os atores da esfera político-partidária.

A agregação dos resultados de verificação do cumprimento do princípio do pluralismo no volume integral com anexos publica a definição dos modelos de análise da informação diária e não diária, as técnicas de amostragem da primeira e o glossário.

A produção deste Relatório anual cumpre as obrigações previstas nos Estatutos da ERC e na legislação da comunicação social perante a Assembleia da República, os operadores e os cidadãos, para assegurar valores constitucionalmente consagrados e pilares da democracia portuguesa. No quadro da União Europeia permite à ERC associar-se ao trabalho dos reguladores congéneres relativo à garantia do pluralismo político.

ERC sensibiliza órgãos de comunicação social para regras da cobertura jornalística eleitoral e sua acessibilidade

A anteceder os atos eleitorais para o Parlamento Europeu (26 de maio) e para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira (22 de setembro) e para a

Assembleia da República (6 de outubro), a ERC lembrou as regras aplicáveis à divulgação de sondagens e inquéritos de opinião na véspera e no dia da votação.

Assim, dois dias antes das eleições europeias, o regulador emitiu um comunicado a indicar que estaria proibida «a publicação, a difusão, o comentário, a análise e a projeção de resultados de qualquer sondagem ou inquérito de opinião referente às Eleições Europeias 2019» pelos órgãos de comunicação social, entre a meia-noite do dia anterior e o encerramento das urnas em todo o país, por determinação da [Lei n.º 10/2000, de 21 de junho](#).

Nele foi também indicada a referência às normas técnicas para a publicação de sondagens e inquéritos de opinião, fixadas pela ERC, salvaguardando a autonomia editorial dos órgãos de comunicação social e o respeito pelos critérios jornalísticos.

Antes das legislativas foi emitido um comunicado alusivo ao início do período de pré e campanha eleitoral para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e para a Assembleia da República, pelas suas atribuições na apreciação da cobertura jornalística nessas fases, ao abrigo da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, que reforçou «o especial papel dos órgãos de comunicação social na garantia do princípio da igualdade de oportunidades e de tratamento das diversas candidaturas», consagrado no art.º 113.º, n.º 3, al. b), da Constituição da República Portuguesa.

Nesse contexto, o Conselho Regulador da ERC emitiu ainda outro comunicado no qual sensibilizou os operadores televisivos, com competências no âmbito do Plano Plurianual ([Deliberação ERC/2016/260 OUT-TV](#)), de 30 de novembro, que define as obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais, a emitirem a cobertura da noite das eleições legislativas — debate, comentário e análise —, acompanhada de interpretação por língua gestual portuguesa, e assim contribuírem para uma cidadania efetiva e participativa.

Aquele Plano, referente ao período de 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020, recomenda a adoção das melhores práticas de acessibilidades, nomeadamente pela inclusão de todos os cidadãos na vida política, através da interpretação em língua gestual portuguesa dos debates entre candidatos durante a pré-campanha e campanha eleitoral e a comunicação de resultados, tornando-os comuns a todos os cidadãos.

ERC inicia procedimento de elaboração de regulamento do registo eletrónico de OCS

A ERC aprovou, em 24 de abril de 2019, o início do procedimento de elaboração do regulamento que estabelece o Regime de atos de registo eletrónico de órgãos de comunicação social, ao abrigo do disposto no art.º 62.º, dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, em conjugação com o previsto no n.º 3 do art.º 10.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 informou que se poderiam constituir como interessados no procedimento aqueles que, nos termos do n.º 1 do art.º 68.º do Código do Procedimento Administrativo, sejam: titulares de direitos, interesses legalmente protegidos, deveres, encargos, ónus ou sujeições, no âmbito das decisões que nele forem ou possam ser tomadas, as associações de defesa de interesses coletivos ou para proceder à defesa coletiva de interesses

individuais dos seus associados, no âmbito dos respetivos fins. A ERC fixou em 30 dias o prazo para constituição de interessados e apresentação de contributos, por via escrita.

Aquele Regime suporta-se no n.º 1 do art.º 98.º do Código do Procedimento Administrativo, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 4/2015, de 7 de janeiro, estando a ERC habilitada para divulgar previamente à sua aprovação ou alteração quaisquer projetos de regulamentos, pelo art.º 62.º dos seus Estatutos, em conjugação com o n.º 3 do art.º 10.º do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro.

ERC publica Relatório de consulta pública ao Regulamento das Quotas de música portuguesa

No início de junho, a ERC apresentou um Relatório que reúne os contributos e questões dos participantes na Consulta Pública para a proposta de alteração do Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro, relativo às “Quotas de música portuguesa – Regime de exceção”, definidas no art.º 41.º, n.º 2, alíneas a) e b) e art.º 43.º, ambos da Lei da Rádio, bem como as reflexões subsequentes conduzidas pela ERC. Estas abordagens foram integradas na [Deliberação ERC/2019/142 \(OUT-R\)](#), publicada no sítio eletrónico. A proposta de alteração do Regulamento n.º 495/2008 foi publicada no Diário da República, 2.ª série, n.º 216, de 9 de novembro de 2017, Aviso n.º 13358 /2017.

Nesta deliberação, a ERC aprova um primeiro Projeto de Regulamento com a lista dos títulos musicais de produção nacional entre 2016 e 2018 reportados à ERC pela Associação Fonográfica Portuguesa e classificados por géneros. Na deliberação, o Conselho Regulador autorizou a aquisição de um estudo sobre os géneros musicais, por um organismo especializado independente, para enumerar os mais escutados e os efetivamente produzidos em Portugal e a eventual criação de «grupos de géneros» e, por outro lado, um inquérito aplicado pelos serviços de Supervisão da ERC sobre a programação dos serviços de programas musicais, cobertos ou não pela isenção do cumprimento do regime das quotas, para fixar um critério do número de títulos musicais necessários para o seu cumprimento.

O objetivo era tornar mais eficiente a classificação dos temas nas quotas de música portuguesa e incluí-la nas futuras alterações ao Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro, a ser ainda submetido a nova consulta pública com possibilidade de nova intervenção dos interessados.

Conselho Consultivo debate Desinformação, Transparência dos *Media* e *Infotainment*

Em meados de junho, o Conselho Consultivo da ERC reuniu-se na sede da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa (UCCLA), em Lisboa, para refletir sobre o combate à desinformação através do estudo [“A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”](#), conhecer as características e tipos de informações e de dados financeiros consultáveis no então futuro Portal da Transparência e inteirar-se sobre um estudo do regulador, ainda em projeto, sobre a hibridização de géneros no âmbito de programas audiovisuais (*infotainment*).

Nesse encontro, o Vice-Presidente da ERC, Mário Mesquita, explicou que o estudo sobre desinformação seria futuramente enriquecido pelas consultas a outros especialistas e com as visões dos «poderes públicos, dos tribunais, das plataformas de jornalistas e de

órgãos de comunicação social e dos *sites* de *fact-checking*», pela consciência da ERC dos «limites da sua atuação» procurando «superá-los com a ligação a outros reguladores», como a ANACOM.

O Vogal João Pedro Figueiredo, apresentou os objetivos do novo estudo sobre a hibridização de géneros informativos e da programação, enquadrado pela «necessidade de manter os registos de cada conteúdo para acautelar as expectativas dos públicos», num contexto de «fragmentação dos conteúdos informativos, de polarização e de extravasão do discurso extremista, nas redes sociais».

Concluiu que a ponderação do regulador deve ser feita entre a liberdade editorial dos órgãos de comunicação social, a sua garantia de transparência, de credibilidade, de respeito pelo que as pessoas esperam e pelos direitos fundamentais.

ERC apoia Prémio Nacional de Jornalismo de Inovação

No final de julho, a ERC anunciou o apoio ao segundo Prémio Nacional de Jornalismo de Inovação lançado em 2018 e atribuído pela Agência Nacional de Inovação (ANI), com o Sindicato dos Jornalistas. O galardão premeia a qualidade de artigos jornalísticos sobre investigação e inovação de base científica e tecnológica publicados no ano anterior por órgãos de comunicação social de âmbito nacional e regional.

O apoio da ERC foi na definição das categorias: “Escrito”, “Áudio”, “Audiovisual e Multimédia” e “Regional”, com menções honrosas para trabalhos académicos e publicados em blogues ou *podcasts*. O Vice-Presidente, Mário Mesquita, e Eulália Pereira, do Departamento de Análise de *Media* participaram na avaliação das candidaturas e integraram o Júri Final, presidido pela ANI e com membros dos COMPETE 2020 e do Sindicato dos Jornalistas.

ERC lança consulta pública sobre cobertura informativa de incêndios e calamidades

No final de setembro, por deliberação do Conselho Regulador, a ERC lançou uma consulta pública para adotar uma Diretiva destinada a incentivar padrões de boas práticas da comunicação social na cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades dando, assim, continuidade ao trabalho já realizado e que culminou na elaboração de um "[Guia de Boas Práticas](#)", aprovado por Deliberação de 18 de julho de 2018.

Esta consulta enquadra-se no âmbito da competência da ERC prevista no n.º 1 do art.º 63.º dos seus Estatutos e foi dirigida aos cidadãos, destinatários dos serviços de comunicação social, órgãos de comunicação social e demais interessados, para promover a recolha de contributos à estruturação de orientações reguladoras da cobertura informativa daqueles acontecimentos, pautando-a por um tratamento rigoroso e isento, garantindo o cumprimento das normas ético-legais da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados.

ERC mantém reuniões com reguladores portugueses e congéneres estrangeiros

Em Portugal, a ERC manteve sessões de trabalho com a Autoridade da Concorrência e com a Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), ambas entidades administrativas independentes com as quais a ERC se cruza na apreciação de algumas matérias.

Destaque-se em março, o Seminário da ERC com a Autoridade da Concorrência, que juntou membros dos Conselhos, Chefes dos Gabinetes, o Diretor Executivo, os Diretores de Departamentos/Unidades e alguns técnicos da ERC. O programa do encontro debateu formas de promoção de um melhor entendimento das questões concorrenciais nos sectores sob regulação e supervisão da ERC.

O Presidente do Conselho Regulador da ERC, Sebastião Póvoas, participou numa reunião a convite da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) com representantes de entidades reguladoras nacionais, para fomentar o diálogo sobre questões de regulação comuns. Estiveram presentes ANACOM — Autoridade da Concorrência, Autoridade da Mobilidade e dos Transportes, Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, Autoridade Nacional da Aviação Civil, Banco de Portugal, Comissão do Mercado de Valores Imobiliários, Entidade Reguladora da Saúde, Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos e Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos.

Em maio, o Presidente do Conselho Regulador, Sebastião Póvoas, representou a ERC na reunião da Conferência Ibérica de Conselhos Audiovisuais, em Málaga, que se debruçou sobre o papel das entidades reguladoras no atual panorama audiovisual. Entre os assuntos abordados, destacou-se a publicidade a jogos e apostas *online*, a literacia/alfabetização mediática e a aplicação da nova Diretiva de Serviços de Comunicação Social Audiovisual.

Em junho, a ERC recebeu uma delegação da Alta Autoridade da Comunicação Audiovisual de Marrocos (HACA), composta pela presidente Latifa Akharbach, diretor-geral, Benaissa Asloun, e diretor de Cooperação Internacional, Amin Azziman.

No final de novembro, a ERC organizou e foi a instituição anfitriã do VIII Encontro Anual da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa (PER), que decorreu na sede da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa (UCCLA), em Lisboa, sob o tema “Regulação e Desinformação (*Fake News*)”.

Além da ERC, que assegura o secretariado permanente da PER, a Plataforma é composta pela Entidade Reguladora da Comunicação Social Angolana, o Ministério da Comunicação Social de Angola, a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social de Cabo Verde, o Conselho Nacional de Comunicação Social da Guiné-Bissau, o Conselho Superior de Imprensa de São Tomé e Príncipe e o Conselho de Imprensa de Timor-Leste.

Em 23 de novembro, as entidades membros da Plataforma assinaram a [Declaração de Lisboa](#) na qual «reiteraram o seu compromisso de desenvolver mecanismos de cooperação entre os membros da PER por forma a concretizar iniciativas de auto e correção, visando a elaboração de códigos de conduta ou guias de boas práticas conformados com os princípios e regras deontológicas profissionais e consentâneos com as atribuições e competências dos reguladores.»

Nela assumiram a «preocupação em contribuir, nos respetivos países, para a promoção do combate à desinformação, enquanto dever democrático que exige ações coordenadas e multilaterais» sublinhando a «salvaguarda [...da] liberdade de expressão e opinião».

No mesmo documento «reconheceram a necessidade de trabalhar junto das plataformas de partilha de vídeos e das redes sociais, para promover a transparência quanto ao

funcionamento dos algoritmos e sistemas de hierarquização da informação na pesquisa de notícias [...para] dar respostas conjuntas que credibilizem os próprios operadores privados e que simultaneamente garantam aos públicos o direito à informação.»

Os reguladores subscreveram a identificação das condições necessárias ao rigor: isenção, credibilidade e confiança na informação jornalística, o reforço da função do jornalista e da sua mediação crítica, a garantia de independência financeira dos *media*, o pluralismo dos órgãos de comunicação social, a necessidade de formação dos jornalistas e incentivo da educação para os *media*, «em particular junto dos públicos mais sensíveis [...] para defender os processos eleitorais face a interferências antidemocráticas», a par da rejeição de conteúdos manipulados ou falsos com impacto identificado na violação de direitos de personalidade, atingindo o bom nome, a honra e a dignidade das pessoas.

A “Literacia Mediática e o papel do Regulador” foi anunciado como o tema do próximo Encontro da PER a ser organizado pelo Conselho Superior de Imprensa de São Tomé e Príncipe, que assumiu a Vice-Presidência da PER em 2019-2020. A ERC assumiu a Presidência deste organismo para o mesmo período. De entre os objetivos para o mandato está a realização de um inquérito de diagnóstico sobre pluralismo nos *media* e sobre igualdade de género e de ações de formação sobre cobertura jornalística de eleições e sondagens políticas.

A ERC participou em várias reuniões do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de *Media* Audiovisuais (ERGA) e respetivos subgrupos, que se realizaram em Bruxelas.

No final de janeiro/início de fevereiro, participou em várias reuniões Subgrupo 3 —, para preparar a implementação da Diretiva dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual revista, através da jurista do Departamento Jurídico, Marta Carvalho.

Os três grupos de trabalho com referência ao definido na Diretiva revista visavam analisar: a) as alterações às regras materiais aplicáveis aos serviços de comunicação social audiovisuais, b) as mudanças no âmbito material da Diretiva, pela inclusão das plataformas de partilha de vídeo e c) os mecanismos concretos de regulação.

Estes últimos foram associados aos objetivos de independência dos reguladores; salvaguarda dos direitos fundamentais, proteção de menores, consumidores e contra o discurso de ódio ou incitamento à violência/conteúdos violentos, supervisão das comunicações comerciais, integridade do sinal, novas obrigações dos operadores dos serviços de vídeo a pedido (VODs) e acessibilidade e proeminência adequada dos serviços de comunicação social de interesse geral.

A orientação do ERGA aos reguladores foi de cooperação transfronteiriça, através da partilha de técnicas de monitorização/implementação da Diretiva revista, identificação das plataformas de partilha de vídeos determinada pela competência territorial, avaliando as garantias daquelas sobre tratamento de reclamações e de colaboração com reguladores, para definir a abordagem às suas responsabilidades e às dos seus fornecedores e desenvolver opções para a conformidade à Lei dos Serviços Digitais.

O processo de cooperação definido foi a resposta a questionários, a partilha de boas práticas e o aconselhamento entre os membros do ERGA e deste com outras autoridades (concorrência, telecomunicações, proteção de dados, consumidores, procuradores

públicos, etc.), para desenvolver esquemas de regulação, co e autorregulação europeia eficazes.

Em fevereiro, a ERC participou na reunião do ERGA, do Subgrupo 4 — Diversidade de Género, através da então assessora do Conselho Regulador, Carla Martins. O objetivo era «aumentar o conhecimento sobre o modo como as autoridades reguladoras nacionais irão implementar as disposições da Diretiva AVMS para combater a discriminação de género e [...] promover a diversidade de género nos media audiovisuais».

Nessa reunião foi definida a elaboração de um questionário a aplicar pelas entidades reguladoras na sua jurisdição territorial para produzir um relatório sobre boas práticas da indústria de produção e distribuição audiovisual, os operadores de rádio e de televisão e também produtores de conteúdos, organizações profissionais, organismos de financiamento e instituições da sociedade civil relacionadas com indicadores de representação e igualdade de géneros no audiovisual. Foi especificado que o relatório deveria incluir exemplos, iniciativas e métodos para instituir recomendações de boas práticas no ecrã, nas empresas e no setor.

O Relatório seria discutido, em outubro, no seio do ERGA e redigido a partir das respostas de empresas do audiovisual e de comunicações eletrónicas em Portugal, intermediadas pela ERC e pelas respetivas entidades reguladoras da Bélgica de língua francesa, Chipre, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Eslovénia, Espanha, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Polónia, Reino Unido e Suécia.

Apesar de as recomendações não terem um carácter legalmente vinculativo e anteciparem a realização de estudos comparativos dos países europeus, ficou previsto o envio da versão final do relatório à Comissão Europeia.

Já em março, a ERC participou na reunião do Subgrupo 1 — Pluralismo Interno e Externo nos *Media*, através da Diretora do Departamento de Análise de *Media*, Tânia de Moraes Soares.

Este subgrupo dedica-se a comparar práticas de análise, monitorização e avaliação do pluralismo nos *media*, produzir um diagnóstico à eficácia da sua aplicação, propor medidas para a salvaguarda do pluralismo no contexto multiplataforma e discutir a estratégia e as metodologias de análise propostas pela sua coordenação.

O pluralismo externo e a desinformação em período eleitoral ganharam prioridade em 2019, no contexto das eleições europeias. O subgrupo foi designado para prestar assistência à Comissão Europeia na análise da implementação do [Código de Conduta Voluntário Contra a Desinformação](https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation) (em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>), pela Google, Facebook, Twitter e Mozilla, pela particular incidência na integridade dos processos eleitorais.

Esteve em discussão uma proposta metodológica provisória de avaliação e monitorização do Código de Conduta Voluntário e foi anunciado pelo representante da Comissão Europeia que seria disponibilizada uma base de dados para que cada entidade reguladora pudesse garantir a avaliação e monitorização acerca do seu país.

ERC na conferência “Como desmascarar e combater a manipulação eletrónica?”

Em fevereiro, a ERC participou, através da jurista do Departamento Jurídico, Margarida Almeida Vieira da Cruz, na conferência “*How to unmask and fight online manipulation*”, promovida pelo *European Data Protection Supervisor*, que decorreu em Bruxelas..

As atenções estiveram concentradas nos riscos da utilização de dados pessoais para propaganda política e das redes sociais como distribuidoras de desinformação durante as campanhas eleitorais, num ano de eleições europeias e legislativas em Portugal. A origem do financiamento das campanhas foi indicada como de muito difícil identificação.

A concentração da posse dos dados pessoais por cinco grandes plataformas tecnológicas levantou as questões de regulação sobre como funcionam enquanto intermediárias da utilização de algoritmos para atingir pessoas a partir da informação nos seus perfis, com desinformação e mensagens manipuladoras do debate público? A partir do exemplo da *Cambridge Analytica* — consultora política inglesa que se apropriou dados digitais e utilizou-os para direccionar contactos da campanha eleitoral de Donald Trump para a Presidência dos Estados Unidos da América —, os oradores referiram fenómenos semelhantes nas eleições em França, no Brasil e na Letónia, através do papel das redes sociais WhatsApp e Facebook.

Os representantes das plataformas como o Facebook e a Google aludiram ao problema de distinguir conteúdos extremos e propaganda e manter a liberdade de expressão dos utilizadores. Foram identificadas boas práticas destas empresas, como guias de conduta, verificadores de factos e da origem da propaganda política e organização do resultado das pesquisas de informação pelo de maior qualidade no topo.

As responsabilidades e os papéis dos reguladores, das autoridades eleitorais e das plataformas foram sintetizados em pontos: o investimento na literacia mediática para capacitar os públicos a identificar desinformação, dados sobre o pluralismo político nos meios de comunicação social, o conhecimento dos consumos de informação política e a perceção da sua qualidade pelos públicos, a cooperação entre reguladores e empresas proprietárias no apoio aos utilizadores e a garantia de fontes seguras de informação.

A conferência concluiu a necessidade de um esforço conjunto dos reguladores para aumentar a transparência das plataformas na Internet, para identificar como é feita a direção da publicidade para públicos-alvo, corrigir falhas de funcionamento e assegurar a sua integridade durante atos eleitorais. A Comissão Europeia propôs sanções para a falta de transparência das plataformas.

ERC na conferência “(Last) Call For Quality Journalism”, na Eslovénia

Em novembro, a ERC esteve representada pela Vogal do Conselho Regulador, Fátima Resende, na conferência internacional na qual se debateu o Jornalismo de Qualidade — “(Last) Call For Quality Journalism”, organizada pelo ministro da Cultura da Eslovénia, Zoran Poznič, em Liubliana, com o patrocínio do Conselho da Europa.

Os principais tópicos debatidos foram as práticas atuais de produção de notícias no contexto da difusão de conteúdos falsos e manipuladores da opinião pública, a definição de padrões eficazes para um jornalismo independente, rigoroso e de qualidade, como reconquistar a confiança do público, nomeadamente através da literacia mediática para a seleção das fontes de jornalismo gerar confiança e no pagamento pelos públicos.

A conferência reuniu 150 participantes de 40 nacionalidades, de órgãos de comunicação social, reguladores e instituições de correção, académicos, legisladores e advogados. A sociedade civil contribuiu com intervenções sobre a responsabilidade coletiva para um ambiente favorável ao jornalismo de qualidade.

O papel da regulação dos meios de comunicação social neste ambiente foi caracterizado a partir da existência de um fosso entre os muito e os menos informados e de um paradoxo identificado pelo Conselho da Europa: a perceção de descrédito das redes sociais como fontes de informação sem um regresso aos *media* tradicionais.

O contexto foi caracterizado através do potencial das tecnologias digitais, em concorrência com produtores de conteúdos sem submissão a normas regulatórias nem deontológicas da profissão. A busca de receitas de publicidade a partir de dados pessoais levanta questões éticas e não garante a sustentabilidade financeira do setor. A responsabilidade social do jornalismo foi enquadrada por vários desafios: a redução do investimento nos custos do trabalho dos jornalistas e dos contactos diretos com as fontes de informação, o avanço do registo emocional dos “gostos” e das “partilhas” e a amplificação de ideias polarizadas sobre elementos racionais como a busca da verdade, a expressão de opiniões e a formação de debate público para comunidades informadas.

OS MEDIA DIGITAIS E A DESINFORMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

O Conselho Regulador da ERC vem dedicando a sua atenção à linha de atuação relativa aos *media* digitais desde 2014. Com cinco anos de trabalho volvidos e diversos documentos produzidos relacionados com as possibilidades de regulação dos *media* digitais, a previsão é de que, no decurso de 2020, seja levada a efeito a publicação de uma diretiva na área da desinformação. Em 2019, a ERC apresentou publicamente e lançou em consulta pública o documento de trabalho sobre esta temática intitulado “Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”, cujos trabalhos foram lançados no final de 2018, respondendo a uma solicitação do Presidente da Assembleia da República, numa altura em que a União Europeia colocava a desinformação no centro da sua agenda, tendo como preocupação primordial as eleições para o Parlamento Europeu decorridas em maio de 2019.

Esta tomada de ação por parte da União Europeia resultou num conjunto de documentos, orientações e linhas de ação que vieram de seguida implicar os Estados-membros no combate conjunto contra o fenómeno que atinge de formas diversas os vários países. Algumas das ações delineadas vieram a ser operacionalizadas ao longo de 2019, através do trabalho desenvolvido no âmbito dos grupos de trabalho do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* e nos quais a ERC participou enquanto membro ativo deste grupo de reguladores europeus. Uma das áreas de trabalho consistiu na avaliação da aplicação do Código de Conduta contra a Desinformação por algumas das plataformas digitais signatárias do código após um ano da sua entrada em vigência. O primeiro relatório resultante da avaliação foi publicado em maio de 2020.

DESINFORMAÇÃO – CONTEXTO EUROPEU E NACIONAL

Em abril de 2019 foi dado por concluído o documento “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional”,¹ que resultou da ação pelo grupo de trabalho sobre a desinformação constituído pelo Conselho Regulador da ERC no final de 2018. Os trabalhos realizados por uma equipa de quatro elementos dos Departamentos de Análise de *Media* e Jurídico decorreram sob a supervisão do vice-presidente do Conselho Regulador.

O documento produzido serviu de base para o lançamento do debate sobre o tema da desinformação *online* numa Conferência Parlamentar promovida pela Comissão de Cultura, Comunicação, Juventude e Desporto da Assembleia da República sob o título “Informação e Desinformação na Era Digital”, que decorreu a 15 de abril de 2019 na Assembleia da República. No evento, o vice-presidente do Conselho Regulador da ERC e supervisor da elaboração do documento, Mário Mesquita, teve a oportunidade de apresentar e discutir aspetos do estudo com representantes dos grupos parlamentares no primeiro painel da conferência, intitulado “Apresentação do Estudo da Entidade Reguladora para a

¹ <https://www.flipsnack.com/ERCpt/estudo-a-desinforma-o-contexto-europeu-e-nacional/full-view.html>

Comunicação Social – ERC ‘A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional’ e Intervenções dos Grupos Parlamentares”.

Após este evento, foi decidido pelo Conselho Regulador submeter o documento a uma consulta pública no sentido de ser produzida uma diretiva acerca da matéria em causa. Recordem-se algumas recomendações do regulador relativamente ao combate à desinformação *online* contidas no documento:

• **Reforço da literacia mediática:**

- integração nos *curricula* escolares, acompanhada da formação de professores;
- realização de ações de promoção de literacia mediática e informativa dirigidas a cidadãos de todas as idades.

• Aprovação da **legislação e reforço dos meios** necessários para garantir, de acordo com as recomendações e orientações comunitárias:

- a) A transparência do financiamento das campanhas políticas *online*;
- b) A efetiva aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados;
- c) A previsão e gestão dos riscos para a cibersegurança que advêm dos diversos tipos de ataques informáticos.

• Comprovação, por parte das autoridades portuguesas, de que o “Código de Conduta contra a Desinformação”, da Comissão Europeia, está efetivamente a ser aplicado, também em Portugal, e garantia da respetiva monitorização.

• **Reforço do pluralismo e da qualidade do jornalismo**, incentivando medidas de co- e autorregulação: Provedores do Leitor, do Ouvinte e do Telespetador; a constituição de Colégios de Leitores; a adoção de códigos de conduta em cada órgão de comunicação social dotados de efetivos mecanismos de escrutínio.

• Incentivo, em especial, ao reforço de medidas de controlo do rigor da informação produzida nos órgãos de comunicação social, quer através da **criação nas redações de núcleos dedicados ao fact-checking**, quer da associação a entidades independentes que se dediquem a essa atividade.

• Sensibilização dos órgãos de comunicação social e dos prestadores de serviços de comunicações eletrónicas para, quer nos seus sítios *online*, quer nas redes sociais, **promoverem a visibilidade do número de registo junto da ERC.**

• Sensibilização dos principais centros de decisão para que sejam rigorosos na informação que produzem.

• Ponderação de criação e publicitação, pela ERC, órgãos de comunicação social e operadores de plataformas digitais, de **listas de sites ou páginas comprovadamente de notícias falsas**, suscetíveis de serem confundidos com órgãos de comunicação social.

• **Redefinição da noção de órgão de comunicação social**, tendo como referência a Deliberação da ERC 202/2015 (OUT), integrando as entidades que efetuem a produção, agregação ou difusão *online* de conteúdos de comunicação social.

• **Revisão dos diplomas setoriais** (Lei da Televisão, Lei da Rádio e Lei de Imprensa), bem como do Decreto Regulamentar dos Registos, com vista à integração e adaptação às realidades *online*, permitindo uma clara diferenciação entre projetos de informação

jornalística e outros que prossigam objetivos que não se coadunam com os que orientam aquela atividade.

- Dar cumprimento à revisão da Lei que estabelece o Regime Jurídico da Cobertura Jornalística em Período Eleitoral e regula a Propaganda Eleitoral através de Meios de Publicidade (Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho), conforme expressamente previsto no seu texto.
- Consagração de norma específica que adote, com base no conceito comunitário, uma **definição de desinformação e que preveja a sua ilicitude** quando relacionada com a violação de princípios e valores essenciais (dignidade da pessoa humana, igualdade, não discriminação e tolerância, segurança e ordem públicas, saúde pública, entre outros a enunciar).

O desenvolvimento das medidas concretas propostas, aliadas ao escrupuloso cumprimento das regras de rigor informativo por parte dos profissionais da comunicação social e o envolvimento, quer dos agentes do setor, quer das entidades públicas, na promoção de iniciativas que capacitem os cidadãos para resistirem à desinformação, são instrumentos fundamentais ao combate ao fenómeno, assegurando o acesso a uma informação livre, pluralista e credível, essencial ao regular funcionamento da democracia.

O procedimento de consulta pública foi decidido pelo Conselho Regulador da ERC a 31 de julho de 2019, no âmbito das atribuições e competências de regulação deste órgão, designadamente as constantes no n.º 1 do artigo 63.º dos Estatutos da ERC². A 11 de setembro de 2019 foi aprovado o lançamento de consulta pública que se processou entre 18 de setembro e 30 de novembro.

No decurso deste prazo foram recebidos contributos de seis entidades – RTP, SIC, MEO, API – Associação Portuguesa de Imprensa, Google e ARIC – Associação de Rádios de Inspiração Cristã – que, partindo do documento da ERC, se pronunciaram sobre vários temas relacionados com a desinformação e as formas que cada um destes atores preconiza para responder ao fenómeno da desinformação. Destaca-se abaixo, de forma sucinta, alguns dos pontos mais relevantes do posicionamento destas entidades:

- **Importância da literacia mediática no combate à desinformação**

A RTP, a SIC, a API e a MEO destacaram a importância da promoção e do reforço da literacia mediática como meio de promover a resistência à desinformação por parte dos cidadãos. Segundo o entendimento manifestado pela RTP e pela SIC, cabe ao Estado a orientação e a concretização de medidas de promoção da literacia mediática. Neste sentido, a RTP manifestou a sua disponibilidade para colaborar nos planos desenvolvidos ao nível estatal, «respeitando o quadro de independência, rigor e liberdade e desde que lhe sejam facultados os recursos necessários». Já a SIC, por seu lado, enfatizou o papel decisivo e estrutural dos órgãos de comunicação social no âmbito da literacia mediática, dada a experiência acumulada e a capacidade de formação e de domínio de narrativas.

² Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, artigo 63.º Diretivas e recomendações, n.º 1 — O conselho regulador, oficiosamente ou a requerimento de um interessado, pode adotar diretivas genéricas destinadas a incentivar padrões de boas práticas no setor da comunicação social.

A API veio afirmar a sua aposta na luta contra a iliteracia mediática, a desinformação e a manipulação jornalística. Neste plano, desenvolve já programas de literacia mediática destinados ao público sénior que avançam em fase piloto.

A MEO colocou a tónica na importância de investir na literacia digital ou competência digital da sociedade, para que os cidadãos possam interagir no ambiente digital de forma ativa e em segurança e, deste modo, estarem mais aptos a resistir e contrariar os efeitos da desinformação.

- **Lei que estabelece o Regime Jurídico da Cobertura Jornalística em Período Eleitoral e regula a Propaganda Eleitoral através de Meios de Publicidade³**

No que concerne à sugestão de revisão da Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho, indicada pela ERC no documento levado a consulta pública, a RTP e a SIC vieram salientar as deficiências da lei, nomeadamente o modo como consagra a representatividade das candidaturas a eleições.

Segundo considera a RTP, «uma regra estrita de proporcionalidade, designadamente quando se consagra que a “representatividade política e social das candidaturas é aferida tendo em conta a candidatura ter obtido representação nas últimas eleições, relativas ao órgão a que se candidata” (n.º 2 do art.º 7.º) pode limitar a capacidade e obrigação de o jornalismo retratar os movimentos que estão a ocorrer na sociedade».

Para a SIC, esta lei deve ser alterada, dado que apresenta inúmeras insuficiências e fragilidades, com prejuízo para o pluralismo informativo, ao propor critérios de igualdade em vez de assentar na proporcionalidade.

- **Reforço do pluralismo e da qualidade do jornalismo, incentivando medidas de co- e autorregulação**

Esta medida proposta pela ERC como meio de combate à desinformação, através do reforço da credibilidade do sistema mediático, designadamente da informação jornalística através do cumprimento escrupuloso dos deveres e da ética que lhe estão subjacentes, mereceu da RTP a consideração de que o «pluralismo e a qualidade do jornalismo, assim como a autorregulação, são um trabalho permanente», destacando a ERC, o Código Deontológico dos Jornalistas, o Estatuto dos Jornalistas e a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, bem como, no caso concreto da RTP, o Conselho de Redação e o Provedor do Telespectador, como formas de controlo da atividade. Todavia, entende existir um défice de regulação e responsabilização «no universo digital, com especial relevo para as redes sociais».

A SIC, por seu lado, afasta qualquer modelo de correção, mas enfatiza estar disponível para a autorregulação, destacando as provisões do Código Deontológico do Jornalista, o Estatuto do Jornalista, bem como as atribuições e competências da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista.

A API veio colocar a tónica no seu total compromisso com a autorregulação e a correção.

³ Lei n.º 72-A/2015, de 23 de julho.

- **Fact-checking**

Relativamente ao contributo do *fact-checking* no combate à desinformação, a RTP recorre ao ponto 1 do Código Deontológico dos Jornalistas para reafirmar que a confirmação de factos é o núcleo central da atividade jornalística, pelo que a criação de núcleos dedicados à confirmação dos factos será desnecessária, embora entenda que se podem realizar «programas ou iniciativas, enquadrados até no âmbito da literacia mediática, nos quais se possam fazer exercícios de “*fact-checking*”».

Salienta ainda o n.º 7 do Código Deontológico, considerando o perigo inerente a qualquer intervenção possa interferir no escrutínio de fontes dos jornalistas e, desse modo, conflitar com o dever do jornalista de preservar as fontes de informação e também ameaçar a liberdade de informação, bem como o direito e o dever de informar.

Do mesmo modo, também a SIC sublinha a ameaça que reside na intervenção de terceiros no escrutínio das fontes de informação. Para a SIC, existe um potencial risco de lesar gravemente a liberdade de informação, violando assim um direito fundamental previsto na Constituição.

A API considera que o apoio ao *fact-checking* ou a elaboração da definição de desinformação são parte de um processo contínuo e devem partir das instalações de um Conselho de Imprensa antes de serem traduzidas em nova legislação ou em competências da ERC. Trata-se de medidas que «deverão ser discutidas e assumidas pelo setor, o que constituiria valiosa e segura base de aplicação das consequências do que for considerado ilícito».

- **Lista de sites de desinformação**

Neste ponto, a SIC veio salientar a dificuldade com que a ERC se deparará na identificação de notícias falsas e na definição de critérios que fundamentem e legitimam tal classificação. Embora considere que a existência destas listas seria uma ajuda importante para os consumidores, seria também de difícil concretização, uma vez que «muitos sites especializados em desinformação misturam notícias erradas ou manipuladas com muitas outras verdadeiras.»

A API considera que a existência de listas negras ou listas brancas de sites é também parte de um processo contínuo e deve partir do Conselho de Imprensa antes de se traduzir em nova legislação ou em competências da ERC. Deveria integrar o conjunto de matérias discutidas e assumidas pelo setor, garantindo uma melhor base de aplicação das consequências do que for considerado ilícito.

A ARIC entende que «[m]ais do que dar importância demasiada à divulgação de uma lista de falsos órgãos que vinculam informação falsa, dever-se-á dar primazia à divulgação dos órgãos que desde sempre divulgaram informação fidedigna».

- **Redefinição da noção de órgão de comunicação social**

Acerca da redefinição da noção de órgão de comunicação social, manifestaram as suas posições a RTP, SIC e API.

A RTP defende que os difusores de conteúdos de comunicação social não devem ser confundidos com órgãos de comunicação social que produzem informação que segue as regras do jornalismo.

Já a SIC remete a sua posição para as observações da Plataforma de *Media* Privados efetuadas no âmbito da consulta pública da ERC sobre a matéria em apreço.

Sublinha que é necessário um particular cuidado na redefinição do conceito de OCS de forma a evitar a credibilização de meios não profissionais «beneficiando-os indevidamente, já que obteriam ganhos reputacionais mas não ficariam sujeitos às mesmas regras e sanções», destacando a dificuldade de credibilização de agregadores de conteúdos. Sugere ainda diferentes graus de regulação desses serviços de *media* de acordo com o grau de influência de cada um na formação da opinião pública.

A posição da API vai no sentido de defender que se trata de um tema cuja importância deveria torná-lo objeto de uma conferência nacional e consulta pública, afirmando-se disponível para colaborar nesta discussão alargada. A associação aponta a sua longa experiência e ressalta a forma ativa como participou na consulta promovida pela ERC em 2015 sobre a redefinição do conceito de órgão de comunicação social.

- **Necessidade de alteração da Legislação no setor dos *Media***

MEO e *Google* foram as entidades que colocaram as suas ressalvas quanto a este ponto discutido no documento que a ERC levou a consulta pública. A MEO veio defender que, no que concerne à legislação setorial da atividade dos *media*, para combater o fenómeno de desinformação não é necessário criar mais regulação, mas sim atualizar a já existente de forma a incluir os novos *media*.

Para este ator, é necessário «garantir que a legislação que seja adaptada e/ou criada clarifique o papel, responsabilidades e obrigações de todos aqueles que, através de plataformas digitais, exercem uma atividade que cada vez mais confundível com a atividade dos OCS».

A *Google* entende que qualquer iniciativa governamental para legislar sobre temas como o combate à desinformação deve ter em consideração a complexidade do fenómeno e os possíveis impactos relativamente a direitos como a liberdade de expressão na Internet, incluindo a liberdade jornalística, política e as opiniões de grupos minoritários.

A plataforma considera ainda que «qualquer proposta ou iniciativa que venha a ser apresentada a nível nacional deve estar em alinhamento com o Código de Conduta de Desinformação da União Europeia».

- **Definição de Desinformação**

Este ponto mereceu pronúncia da RTP e a SIC. Para a Direção de Informação de Televisão (DITV) da RTP a definição de desinformação deve ser precedida de um amplo debate e entende que quaisquer iniciativas devem ponderar o risco de ameaça à liberdade de informação.

No mesmo sentido, a SIC recomenda particular prudência na definição do conceito legal de desinformação, devendo ser precedida de amplo debate.

- **Código de Conduta contra a Desinformação**

A RTP e a SIC entendem que é necessário ajustar o Código de Conduta contra a Desinformação da UE às especificidades nacionais. Para tal seria útil promover um debate que envolvesse os órgãos de comunicação social.

A API recorda que é signatária do Código Europeu e que está «pronta a participar em todos os esforços necessários para obter a maior adesão a esses princípios em Portugal».

O *Google* mantém a posição de que as iniciativas nacionais devem alinhar-se com o com o Código de Conduta de Desinformação da União Europeia.

RELATÓRIO DO ERGA SOBRE A APLICAÇÃO DO “CÓDIGO DE CONDUTA CONTRA A DESINFORMAÇÃO” PELAS PLATAFORMAS ONLINE

O Código de Conduta contra a Desinformação⁴ da UE foi adotado em setembro de 2018 como resultado do Fórum Multilateral de Operadores contra a Desinformação que reuniu plataformas em linha, redes sociais, publicitários e indústria publicitária, e tendo por base os princípios fundamentais propostos pelo Grupo de Peritos de Alto Nível, constituído pela Comissão Europeia para analisar o fenómeno da desinformação, propondo vias para a sua mitigação.

Em outubro de 2018, a Comissão Europeia viria a divulgar as estratégias assumidas pelas plataformas de internet e redes sociais para a implementação do Código de Conduta, que incluíam ferramentas para tornar a propaganda política mais transparente, a capacitação de grupos políticos e autoridades eleitorais, a instalação de centros eleitorais europeus e a cooperação com *fact-checkers*. Uma das maiores preocupações da Comissão prendia-se, à data, com as eleições europeias marcadas para maio de 2019, numa tentativa de prevenir ações de desinformação que pudessem colocar em causa o bom desenrolar do ato eleitoral, influenciando os eleitores de forma perniciosa. A aplicação das medidas contidas no código estava sujeita a avaliações periódicas a partir de relatórios de progresso fornecidos por alguns dos signatários.

O Código responsabiliza as plataformas digitais e a indústria da publicidade pelo cumprimento de objetivos como:

- i) melhorar o controlo da colocação de anúncios, nomeadamente para reduzir as receitas dos agentes de desinformação e restringir as opções de direcionamento de propaganda política;
- ii) garantir a transparência em relação a conteúdos patrocinados, especialmente propaganda política e publicidade temática; estas medidas devem ser complementadas por repositórios com informação exaustiva sobre os conteúdos patrocinados, que revelem a identidade real do patrocinador, os montantes despendidos e os critérios de direcionamento utilizados. Devem ser instituídos mecanismos semelhantes para que os utilizadores compreendam a razão pela qual foram alvo de um determinado anúncio;
- iii) intensificar e demonstrar a eficácia dos esforços para bloquear contas falsas;

⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

- iv) facilitar a avaliação de conteúdos por parte dos utilizadores, mediante indicadores da fiabilidade das fontes de conteúdos, baseados em critérios objetivos e aprovados por associações de órgãos de comunicação social, em consonância com os princípios e processos jornalísticos, a transparência no que respeita à propriedade dos meios de comunicação social e a verificação da identidade;
- v) Diminuir a visibilidade da desinformação, melhorando a facilidade de localização de conteúdos fiáveis;
- vi) Estabelecer sistemas de marcação e regras claras para os *bots* automáticos e assegurar que a sua atividade não pode ser confundida com interações humanas;
- vii) Capacitar os utilizadores com ferramentas que permitam uma experiência *online* personalizada e interativa, a fim de facilitar a descoberta de conteúdos e o acesso a diferentes fontes de notícias representando diferentes pontos de vista; fornecer-lhes instrumentos de acesso fácil para a denúncia de casos de desinformação;
- viii) Garantir que os serviços digitais incluam, desde a conceção, salvaguardas contra a desinformação, por exemplo, incluindo informações pormenorizadas sobre o comportamento de algoritmos que estabelecem a prioridade de apresentação de conteúdos, bem como o desenvolvimento de métodos de ensaio;
- ix) Fornecer às organizações de verificação de factos de confiança e aos meios académicos o acesso aos dados da plataforma (nomeadamente através de interfaces de programação de aplicações), respeitando a privacidade dos utilizadores, os segredos comerciais e a propriedade intelectual.

Para avaliação do cumprimento dos compromissos assumidos pelos signatários do Código de Conduta, as plataformas *online* forneceram à Comissão Europeia relatórios mensais com informação sobre as ações que foram adotando para corresponder às exigências nele contidas. Numa primeira fase, as eleições europeias estiveram no centro das preocupações. Tal como inicialmente previsto, no final dos primeiros 12 meses de vigência do Código, isto é, no último trimestre de 2019, a Comissão lançou procedimentos para uma avaliação abrangente da sua implementação, no sentido de aferir da necessidade de adoção de novas medidas, incluindo de natureza regulatória. Estes trabalhos levados a efeito sob a égide do ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* resultaram na adoção de um relatório apresentado recentemente, no início de maio de 2020, com o título “*ERGA Report on disinformation: Assessment of the implementation of the Code of Practice*”⁵ Coube à ERC, na medida em que integra o ERGA, proceder à avaliação de alguns dos parâmetros do Código aplicados pelas plataformas Facebook, Twitter e Google em Portugal. Foram avaliadas questões relativas a alguns dos pilares de ação definidos no código: Pilar 3 – Integridade dos Serviços, ao Pilar 4 – Capacitar os Consumidores e ao Pilar 5 – Fornecer Meios à Comunidade Científica/Investigação.

Cada uma destas áreas era composta por um conjunto de questões que visavam avaliar medidas concretas levadas a efeito pelas três plataformas, tomando por base os relatórios que cada uma delas entregou à Comissão Europeia.

⁵ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>

Para o Pilar 3 foram avaliadas as seguintes questões relacionadas com a utilização adequada de *bots* automáticos, a sua desativação por atividades maliciosas, a disponibilização aos utilizadores das regras aplicadas a estes sistemas automatizados e a remoção de contas, imagens, vídeos e publicações por violação das regras das plataformas.

O Pilar 4 incluiu oito questões que pretendiam avaliar as medidas adotadas pelas plataformas relativamente aos meios dados aos utilizadores para se protegerem, por exemplo, a prioridade dada pelas plataformas a informação fidedigna, relevante e de autoridade nas pesquisas e *feeds*; o contacto facilitado com diversas perspetivas sobre tópicos de interesse público; ações eficazes e parcerias com a sociedade civil, governos, instituições e outros atores destinadas a melhorar o pensamento crítico e a literacia mediática digital; a transparência dos anúncios; as ferramentas de denúncia de notícias falsas, entre outras.

Por fim, no Pilar 5, Facebook, Google e Twitter foram avaliados sobre as medidas tomadas para apoiar esforços independentes na identificação de desinformação e compreensão do seu impacto; as parcerias com *fact-checkers* em cada Estado-membro; a disponibilização de dados para a comunidade científica; as parcerias com universidades ou organizações da sociedade civil; ou a organização e apoio a eventos que promovam o debate dentro da academia, da comunidade de verificadores de factos e membros da cadeia de valor.

Os trabalhos para resposta a estas questões, tendo em conta o caso português, foram desenvolvidos na ERC ao longo dos meses de novembro e dezembro de 2019, tendo sido enviados ao ERGA para posterior produção do relatório acima mencionado publicado em maio de 2020. Apesar da sua data de publicação não integrar o ano de 2019 a que se reporta o presente relatório, elenca-se aqui algumas das conclusões mais relevantes contidas no documento do ERGA.

Em termos gerais, o ERGA considera o Código de Conduta como um instrumento importante e inovador no campo do combate à desinformação e um passo relevante na construção de uma nova relação entre os signatários, a UE e os reguladores dos Estados-membros. Todavia, o grupo conclui que existem algumas fragilidades e aponta algumas soluções para a melhoria da sua eficácia.

São três os pontos mais frágeis da aplicação do Código identificados pelo ERGA: Primeiro, é necessária maior transparência sobre a forma como os signatários aplicam o Código, uma vez que falta um mecanismo de verificação independente da informação fornecida nos relatórios das plataformas. A informação é por norma agregada em relação a toda a UE, o que torna muito difícil a avaliação da eficácia do Código em cada país.

Uma segunda dificuldade relaciona-se com o facto de as medidas contidas no Código serem demasiado genéricas, deixando que os signatários aplicam as medidas apenas parcialmente, ou que não as apliquem.

Em terceiro lugar, o número de signatários do Código é limitado, deixando de fora plataformas/aplicações relevantes como o Tik-Tok, o WhatsApp e o Messenger.

Tendo em vista tornar o Código uma ferramenta eficaz no combate à desinformação, o ERGA incentiva os signatários a melhorarem as medidas nele contidas através do compromisso de todas as plataformas com as mesmas obrigações de uma forma uniforme, sempre que tal seja possível, e adotem definições, procedimentos e compromissos mais precisos, assim como indicadores de *performance* mensuráveis (KPIs).

O ERGA, baseando-se no relatório produzido com base nas avaliações da aplicação do Código efetuadas pelos reguladores nacionais, sugere um conjunto de recomendações baseadas em três eixos de intervenção:

- **Melhorar a monitorização dos compromissos existentes no Código**

- para assegurar uma abordagem consistente destes assuntos e princípios em toda a UE deveria ser estabelecido um conjunto de definições relevantes;
- para melhorar a informação fornecida pelas plataformas tornando disponíveis os dados, as ferramentas de monitorização de dados e a informação específica por país;
- o ERGA deveria estabelecer linhas de atuação relativas à relação entre as plataformas e os verificadores de factos; as reações das plataformas às queixas dos utilizadores e sinalização; campanhas de literacia mediática em cada Estado-membro e por último melhorar as relações entre as plataformas e os investigadores;
- criar cooperação intensiva entre o ERGA e o novo Observatório Europeu dos *Media* Digitais.

- **Expandir os compromissos contidos no Código:**

- tratar do problema da falta de uniformização através da análise do ERGA dos compromissos e comparar a forma como as plataformas os implementam e depois fazer recomendações com vista a harmonizar a implementação desses compromissos;
- identificar formalmente momentos específicos do ano em que as plataformas devem apresentar dados sobre a aplicação do Código que incluam informação por país, permitindo que o ERGA desenvolva uma atividade de monitorização regular e eficiente;
- aumentar o número de signatários do Código.

- **Explorar ferramentas novas e mais eficazes para combater a desinformação:**

A via para melhoria do atual modelo do Código aponta no sentido de uma forma mais estruturada de regulação. Para tal, seria necessário passar da atual abordagem de autorregulação para um modelo mais baseado na correção. Neste sentido, deveria incluir um mecanismo de incentivo da indústria para tomar parte numa estrutura de auto ou correção. Esta via é recomendada pelo ERGA para tornar mais eficaz a relação com as plataformas.

Assim, as plataformas que distribuem conteúdos na Europa deveriam idealmente comprometer-se com este modelo de correção e depois ser sujeitas a obrigações nesse âmbito. Caso não seja esta a via adotada, as instituições da UE deveriam explorar a possibilidade de adotar uma abordagem mais convencional. Com a revisão do

enquadramento regulatório que deverá culminar com o *Digital Services Act*, o ERGA vê valor numa abordagem mais holística da governança da regulação dos conteúdos *online*. O *Digital Services Act* deveria criar um enquadramento que incluísse também a base para uma luta efetiva contra a desinformação. Adicionalmente, é necessária legislação específica dedicada ao problema para tratá-lo de forma mais direta e em maior profundidade.

VIII ENCONTRO DA PLATAFORMA DAS ENTIDADES REGULADORAS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DOS PAÍSES E TERRITÓRIOS DE LÍNGUA PORTUGUESA – PER

O VIII Encontro da Plataforma das Entidades Reguladoras da Comunicação Social dos Países e Territórios de Língua Portuguesa – PER foi, em 2019, dedicado ao tema "Regulação e Desinformação (*Fake News*)". O evento decorreu entre os dias 21 e 23 de novembro de 2019, sob a égide da ERC, no Auditório da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa, em Lisboa.

Uma das intervenções ocorridas no encontro foi da investigadora Joana Gonçalves de Sá, que desenvolve um projeto de investigação na Nova Business School que compara a forma como se espalham as *fake news* com a disseminação de agentes patogénicos e procura formas de prevenir e alertar para os erros que cometemos *online*. Na comunicação intitulada "Os riscos da evolução digital e as '*fake news*' como sintoma", a investigadora expôs o entendimento sobre desinformação mais frequente que são as áreas da política e da saúde, mostrando casos particulares em que os cidadãos têm tendência para a sobre-confiança em relação a estas áreas, entendendo que são mais capazes de compreender estes assuntos do que os especialistas nas matérias.

O encontro integrou ainda uma Mesa Redonda sob o tema "Regulação e Desinformação", moderada por Marta Carvalho, da ERC, e que juntou Luísa Meireles, da agência Lusa, Jorge Wemans, Provedor do Telespetador da RTP, Pedro Xavier Mendonça, do Centro Nacional de Cibersegurança em Portugal e Helena Martins, da Google Portugal.

A primeira intervenção coube a esta convidada que explicou o que sua empresa vem fazendo no sentido de não contribuir para a disseminação de desinformação, nomeadamente no que respeita a trabalhar os algoritmos do motor de busca para apresentarem primeiro os resultados de pesquisa que sejam provenientes de fontes fidedignas, ou de identificar *websites* de desinformação que monetizem o seu conteúdo com base na publicidade da Google.

Luísa Meireles colocou a tónica na necessidade de os jornalistas exercerem a profissão da forma que aprenderam e de acordo com as regras fundamentais da profissão e do Código Deontológico é fundamental para que haja jornalismo de qualidade. No entanto, por vezes, o excesso de informação e a vontade de dar notícias rapidamente pode ser prejudicial neste sentido. Chamou ainda a atenção para o facto de haver empresas jornalísticas que, em busca da sobrevivência económica, entram em áreas de negócio que colocam em cheque a verdadeira missão do jornalista.

Jorge Wemans, provedor do telespectador da RTP, mostrou-se defensor convicto da autorregulação. Mas entende que no mundo atual tal parece um disparate, uma vez que muitos dos atores que acederam ao mundo da comunicação não mostram qualquer interesse em ser regulados, nem mostram formas de se autorregularem. Saliu ainda que o desconforto de algumas partes da população com o sistema político, do poder, da cultura redonda em divulgação de informação falsa por pessoas que estão conscientes de que trata de informação falsa e que depois são eleitores do populismo. Sublinhou ainda que se vive uma luta pela credibilização dos órgãos de comunicação social. Por vezes o trabalho dos reguladores e do provedor é utilizado de forma perniciosa para descredibilizar os órgãos de comunicação social.

Pedro Xavier de Mendonça ligou a desinformação à cibersegurança, referindo que alguma da desinformação que circula no ciberespaço recorre a elevada sofisticação, ganhando aí muita força. É nesse âmbito que o Centro Nacional de Cibersegurança tem tentado atuar e destacou o exercício efetuado no âmbito das eleições europeias em que diversas instituições participaram, incluindo a ERC, que pretendeu simular campanhas orquestradas e ataques que pudessem atingir o ato eleitoral de diversas maneiras. Saliu também que a literacia para os *media* e digital é essencial para que as pessoas resistam à desinformação.

Neste evento, foi também apresentado o documento da ERC “A Desinformação – Contexto Europeu e Nacional” pelo seu supervisor e vice-presidente da ERC, Mário Mesquita, que defendeu que a comunicação social deve ser alvo de reflexão como um todo e aí incluir-se a desinformação e não olhar isoladamente para este fenómeno. Defendeu também a literacia mediática como meio para resistência do público à desinformação, bem como os provedores de leitor/telespectador.

LINHA TEMÁTICA PROTEÇÃO DE MENORES (2019)

1. VISÃO GLOBAL

A **proteção de menores** - apreciada no contexto da regulação da atividade desenvolvida pelos Órgãos de Comunicação Social (OCS) sob jurisdição nacional - constitui um dos eixos prioritários de intervenção da ERC, tal como demonstram os seus **Estatutos**, quer ao nível do artigo 7.º (que convoca especificamente esse objetivo de regulação), quer nos restantes artigos que referem a proteção dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos em geral, incluindo os menores de idade.

O conceito de menores seguido está definido na Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV) - Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual (2016), ou seja, abrange todos os "menores de idade" (desde crianças a adolescentes).

Ao longo dos anos a ERC tem desenvolvido análises que pretendem contribuir para responder a essa atribuição. A opção tem sido disponibilizar alguns resultados dessas análises no **Relatório de Regulação Anual**, nomeadamente no último ponto (designado «Proteção de Menores») do capítulo dedicado à Análise da Informação Televisiva Diária de Horário Nobre dos quatro canais generalistas com transmissão em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI), que na última edição contou, pela primeira vez, também com dados relativos à CMTV.

Além desse trabalho de monitorização explicitamente sustentado com base na atribuição da proteção de menores, essa área de atuação do regulador tem estado igualmente presente **na resolução de processos de queixa ou participação de cidadãos e instituições a propósito de conteúdos divulgados pelos Órgãos de Comunicação Social regulados**.

Já no contexto da cooperação internacional com entidades congéneres é de recordar a presença da ERC no **Grupo de Trabalho sobre Proteção de Menores do ERGA - European Regulators Group for Audiovisual Media Services**, no qual houve oportunidade de seguir o debate sobre a proteção de menores no contexto da aprovação da Diretiva (EU) 2018/1808 (que altera a Diretiva 2010/13/EU dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual) (e que se encontra neste momento em fase de transposição para o legislação nacional dos diferentes países). Recorde-se que a nova versão da Diretiva vem enfatizar a necessidade de reforçar a proteção de menores relativamente a conteúdos audiovisuais potencialmente nocivos.

A linha de trabalho Menores responde, assim, diretamente a uma obrigação estatutária da ERC, tornando públicos dados que identificam tendências, realidades e questões relacionadas com a proteção dos menores de idade que se assumem como prementes para a regulação. Por outro lado, promove uma atitude de prevenção, no sentido de fomentar a preparação dos menores enquanto consumidores de conteúdos mediáticos mais informados e, por isso, mais protegidos, sendo que a este nível é uma linha de trabalho em estreita relação com o desenvolvimento dos projetos de Literacia Mediática, sobre os quais se pode saber mais no capítulo correspondente no presente Relatório.

No âmbito desta linha de trabalho estão disponibilizados na página da ERC dois relatórios:

- Relatório "[Crianças e Adolescentes na Informação Televisiva \(2008 - 2017\)](#)"
- Relatório "[Os Menores e a Rádio de Serviço Público](#)"

É importante frisar que, enquanto linha de trabalho, esta é uma área que não se encontra fechada. Para já, nos dois pontos seguintes foram reunidos dados que sintetizam alguns dos principais resultados presentes nos dois relatórios publicados.

2. RELATÓRIO CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA

Este trabalho permitiu dar um maior foco aos estudos que têm vindo a ser realizados nos Relatórios de Regulação Anuais da ERC, não só sistematizando a informação exclusivamente relacionada com este campo da regulação, bem como relevando, em perspetiva, **dez anos de análise (2008-2017), baseada em amostras anuais da cobertura informativa realizada pelos serviços noticiosos de horário nobre com transmissão nos quatro serviços de programas generalistas de sinal aberto – Telejornal RTP1, RTP2, SIC, TV.** Tal análise possibilita encontrar dinâmicas de cobertura noticiosa, a serem lidas de modo compreensivo e indicativo com base em quatro eixos "Casos de Agenda", "Dossiers", "Episódios Mediáticos" e "Rotinas Anuais".

De notar que não há intenção de estabelecer linhas comparativas entre os resultados apresentados pelos quatro serviços de programas, mas sim delinear um cenário que contribui para uma interpretação contextualizada da cobertura noticiosa com referências a menores.

No intervalo de anos considerados foram apreciadas **38 869 peças** nos blocos informativos de horário nobre, tendo sido identificada a presença (visual) ou referência (verbal ou escrita) a menores (crianças e/ou adolescentes) em 9% desses conteúdos, ou seja num total de 3 351 peças.

Num primeiro momento, foram explorados os principais indicadores de caracterização da diversidade (de temas, fontes, atores, geografias) da cobertura informativa.

Considerando a grelha de análise da diversidade temática utilizada pela ERC, que conta com 20 categorias de temas, é possível destacar três: *Ordem interna*, *Sociedade* e *Sistema judicial*. Verifica-se, que os assuntos abordados são diversificados, sendo os subtemas noticiosos mais frequentes os Casos de justiça (9%), Acidentes e catástrofes (8%), Crimes e atos violentos (7%).

A diversidade temática apurada reflete a dicotomia do papel dos menores identificados nas peças, ora surgindo como elemento noticioso chave, do que constituem exemplos paradigmáticos os casos de menores desaparecidos ou envolvidos em processos judiciais (exemplo, caso "Maddie MacCann"), ora a título meramente figurativo, isto é utilizando a sua presença na imagem de peças que abordam assuntos em que os menores não são necessariamente centrais ao assunto tratado.

O Relatório nota também que os protagonistas das peças se dispersam por várias categorias, destacando-se as Vítimas (11%), Cidadãos comuns crianças (7%), Cidadãos

comuns adultos (6%) e Envolvidos em processos judiciais (5%). Do protagonismo conferido às Vítimas sobressai a **vitimização dos menores na cobertura informativa** em várias circunstâncias: Vítima de crimes (13%); Vítima de guerra/catástrofes (10%); Vítima de acidentes (6%) e Vítima de negligência/abandono/maus-tratos (2 %).

O enfoque geográfico das peças é maioritariamente nacional, sendo a região mais destacada no território português a Grande Lisboa.

Verifica-se também que a presença dos menores enquanto fonte de informação primordial é inferior à sua representação enquanto protagonistas. Como fontes tendem a prevalecer os familiares e outros intervenientes nas peças.

Num segundo momento do relatório, tendo em conta as diretrizes legais e deontológicas nesta matéria, são apresentados resultados relativos aos indicadores que particularizam os modos de designação dos menores, os quais salientam a importância de ter em conta, quer as formas diretas, quer indiretas, de chegar à sua identificação . A relevância da correta aplicação das formas de ocultação da identidade foi outro dos aspetos salientados.

Em mais de 70% das peças, os menores não são identificados de forma alguma, seja através de um nome fictício, seja verdadeiro. Quando tal acontece, em pouco mais de um quarto das peças, constata-se que é privilegiada a utilização dos nomes verdadeiros (apelido, primeiro nome ou ambos).

O Relatório destaca ainda que existem peças em que a imagem do menor e o seu nome são preservados mas que, de forma indireta, isto é, através de outros elementos presentes na peça, é possível chegar à sua identidade. Destes casos fazem parte os que contêm referências à sua morada, inclusive através de imagens da placa com o nome da rua, do exterior da sua habitação e pelas palavras de testemunhas, formulação que deveria estar ausente da informação sob pena de comprometer a privacidade dos menores.

Quando são utilizadas técnicas para proteger a sua identidade, a mais frequente é a **distorção de imagem e planos de detalhe que não permitem a sua identificação**.

Para uma terceira e última parte do referido Relatório foram mobilizados indicadores que analisam peças que contenham elementos potencialmente prejudiciais à livre formação da personalidade dos menores, como é o caso dos conteúdos com violência ou pornografia (em que esses elementos sejam explorados ou não estejam devidamente contextualizados face à informação que está a ser reportada). São igualmente analisados os de conteúdos com presença de sensacionalismo e *fait-divers*, em que a presença de menores se combina com estes elementos.

A ERC apurou ainda que 9% das peças com referência a menores possuem elementos violentos e 0,6% elementos associáveis a elementos pornográficos. A presença de elementos sensacionalistas, que contribuem para aumentar a carga emotiva das peças, verifica-se em 8% das peças e em 9% observa-se a existência de elementos de *fait-divers*. Nas peças com exploração de elementos violentos ou pornográficos analisadas ao longo destes dez anos (que, note-se, foram uma minoria), a tendência dos operadores foi a não recorrer à utilização de advertência prévia. Saliente-se que esta forma de aviso prévio

constitui um instrumento fundamental para a salvaguarda dos menores enquanto público sensível.

A versão completa do Relatório “Crianças e Adolescentes na Informação Televisiva (2008-2017)” pode ser lida [aqui](#).

3. RELATÓRIO OS MENORES E A RÁDIO DE SERVIÇO PÚBLICO

Em termos de diversidade e de pluralismo da programação de rádio, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT) impõe à RTP, enquanto entidade concessionária, disponibilizar diversos serviços de programas com diferentes orientações estratégicas, visando promover uma oferta de serviço público que capte diversas faixas da população e cobrindo audiências diversificadas. O CCSPRT operacionaliza esta orientação através do **princípio da complementaridade da programação dos diversos serviços de programas de rádio**.

O Relatório “Os Menores e a Rádio de Serviço Público” representa um balanço da **programação da Antena 1, da Antena 2 e da Antena 3**, para estes públicos, entre 2014 e 2018.

Os assuntos explorados debruçam-se sobre as seguintes dimensões: a) caracterização geral da Antena 1, Antena 2 e Antena 3; b) análise dos programas dirigidos a crianças e adolescentes; c) caracterização geral do cruzamento de diversas plataformas no contexto da radiodifusão; d) partilha de uma experiência de literacia mediática no contexto da rádio (que é destacada no capítulo da referente às atividades de literacia mediática realizadas em 2019).

A seleção dos programas a analisar foi efetuada com a colaboração da RDP, apoio essencial para determinar os conteúdos a considerar como dirigidos a crianças e adolescentes.

Verifica-se que os programas para crianças e jovens da rádio de serviço público, transmitidos entre 2014 e 2018 representam 0,3% (Antena 2); de 0,1% (Antena 3) e de 0,05% (Antena 1) do tempo global que é dedicado a toda a programação desses serviços de programas. São, na sua maioria, programas dos macrogéneros *entretenimento* (concursos/jogos, humor e diversos) e *cultural/conhecimento*; conteúdos breves, até cinco minutos, e sobretudo transmitidos aos dias úteis à tarde.

A programação da **Antena 2**, que ultrapassou as **131 horas**, destacou-se pela duração média dos programas juvenis, excluiu o entretenimento e deu prioridade à função de formar, ao género educativo (presente no programa “Palavras de Bolso”), e à de informar, do género ciências e humanidades (presente no programa “Lilliput”).

A **Antena 3** ocupou mais de 45 horas com esta programação e, em 2016, passou da emissão de dois programas para um, que já não esteve presente em 2018. A função de entreter é desempenhada pelo *infotainment*.

A **Antena 1** (com 11 horas) passou de 9 minutos, em 2016, para 6 horas e um quarto, em 2018. Começou por cumprir exclusivamente a função de entreter, aumentando

sucessivamente o espaço, mas também abriu os seus programas para crianças e jovens à função de formar, através de programas do macro-género cultural/conhecimento.

De salientar ainda que os jovens são recetores da rádio selecionada pelos seus educadores, e uma audiência indireta da programação do operador público. A este propósito, registe-se que a música é a categoria predominante na programação e que o preenchimento da emissão por esta, como continuidade entre outros conteúdos, não é contabilizada para cálculo do tempo dos conteúdos dirigidos a crianças e adolescentes (em cima apresentada).

A Antena 1 emite sobretudo música de raiz tradicional portuguesa. A Antena 2, música erudita, etnográfica, jazz, *blues* e contemporânea e a obra de artistas do século XX. A Antena 3 emite vários géneros de música atual, sendo, por isso, à partida, a estação mais orientada para o público jovem.

Além da análise, o relatório identifica a presença de conteúdos de cada serviço de programas da RDP nas plataformas eletrónicas e nas redes sociais. A concessão do serviço público especifica: «a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento, nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo a internet» (CCSPRT, n.º 1). A este respeito, o presente relatório salienta um conjunto de conteúdos, de entretenimento e educativos, promovidos através de aplicações e na Internet para o público menor de idade.

ATIVIDADES DE LITERACIA MEDIÁTICA EM 2019

1. VISÃO GLOBAL

A Literacia Mediática (LM) foi uma das linhas de ação de destaque na ERC ao longo de 2019. Desde logo, a participação como **entidade coorganizadora do V Congresso Literacia, Media e Cidadania** contribuiu para grande reforço da aposta nesta área de trabalho do regulador dos media. O evento promovido com periodicidade bienal pelo GILM – Grupo Informal de Literacia Mediática teve esta quinta edição subordinada ao tema **“Tecnologia, Desinformação e Ética”** e decorreu em Aveiro, nos dias 03 e 04 de maio. Além do trabalho organizativo do congresso, a ERC participou também ao nível dos conteúdos nele apresentados com um workshop, uma comunicação e um poster.

Para lá deste evento marcante do plano anual de atividades de LM, foram também levadas a efeito outras iniciativas na área, tais como a já habitual operação **7 Dias com os Media**, na sua 7.ª edição; a **terceira e última fase do protocolo de parceria com a associação EPIS -Empresários pela Inclusão Social** para a promoção de sessões de literacia em escolas que contam com a presença desta entidade; novas parcerias como a desenvolvida com o projeto **MIGRATED**; ou a realização de um workshop para estudantes do ensino superior, na **Universidade Lusófona**, baseado no “Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios e Outras Calamidades”.

Ao nível da ação internacional, salienta-se a parceria da ERC, através do seu Departamento de Análise de *Media*, no **projeto EDUMEDIATEST - An interactive tool for evaluation and training**, promovido pelo congénere da Catalunha – CAC Consell de l’Audiovisual de Catalunya. Após a fase preparatória e de candidatura, decorridas em 2019, cujos trabalhos foram liderados pelo CAC, a implementação do projeto deverá ter início em setembro de 2020.

Este projeto terá como foco a criação de ferramentas de formação e avaliação que permitam obter dados fidedignos sobre as competências de LM. Os dados obtidos deverão servir de base ao desenvolvimento de políticas na área da LM. Esta ferramenta digital será implementada em 35 escolas de Espanha, Portugal, Croácia, Grécia, França, Irlanda e Eslováquia. Depois do período de testes, a ferramenta ficará disponível gratuitamente como recurso para estudantes e educadores aplicarem nos seus respetivos contextos.

Ainda no plano internacional a ERC manteve a sua participação nas ações do **ERGA – European Regulators Group for Audiovisual Services** no âmbito da LM, como foi o caso da participação na ação do **ERGA Academy** sobre o assunto, que foi parte integrante da **European Media Literacy Week** (Semana Europeia de Literacia Mediática) decorrida em Bruxelas sob a égide da Comissão Europeia, e que incluiu ainda uma conferência na qual a ERC também esteve presente.

No âmbito da atividade do **RIRM – Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes**, a ERC respondeu a um questionário relativamente à LM promovido por esta entidade.

2. CONTINUAÇÃO DO TRABALHO EM PARCERIA: COLABORAÇÕES 2019

2.1 3ª EDIÇÃO DO PROJETO ERC EM ESCOLAS EPIS

O Regulador deu continuidade ao programa de literacia mediática da ERC nas escolas integradas no programa “Mediadores para o sucesso escolar” da EPIS.

Ao abrigo do protocolo celebrado entre a ERC e a EPIS, que entrou em vigor a 18 de maio de 2016¹, decorreram, em 2019, as ações integrantes da 3.ª edição de promoção da literacia mediática em escolas parceiras da EPIS. Recorde-se que o protocolo comprometia a ERC a desenvolver a iniciativa por um período de três anos letivos consecutivos: 2016/2017; 2017/2018; 2018/2019.

As ações realizadas dirigem-se aos alunos do 3.º ciclo que são acompanhados no âmbito do mencionado programa “Mediadores para o sucesso escolar,” da EPIS.²

Estiveram envolvidos no desenvolvimento e aplicação das ações de literacia, que constituíram o conteúdo programático das três edições, quadros técnicos provenientes de diferentes serviços da ERC: Departamento de Análise de Media (DAM); Unidade de Supervisão (US); Departamento Jurídico (DJ), Núcleo de Biblioteca e Documentação (NBD). Estes técnicos possuem conhecimentos de diversas áreas de saber, quer os associados à sua formação académica de base, quer os decorrentes da experiência profissional adquirida relacionada com as funções e as áreas da regulação em que desempenham a sua atividade, conferindo a estas ações uma transversalidade de abordagens, que se complementam enriquecendo, desse modo, a transmissão/ partilha de conhecimentos e de experiências com os alunos.

SOBRE A TERCEIRA EDIÇÃO

A **3.ª edição** decorreu no período entre **janeiro e maio de 2019**. Foram realizadas 8 sessões junto de turmas ou grupos de alunos de 6 escolas indicadas pela EPIS, quatro da região de Lisboa e duas do distrito de Viseu:

1. EB2,3 Nun'Álvares (Seixal)
2. EB 2,3 D. Fernando II (Sintra)
3. EB Alto dos Moinhos (Sintra)
4. Escola Secundária Braamcamp Freire (Odivelas)
5. EB 2,3 Ferreira de Aves (Satão, Viseu)
6. Escola Secundária + 3.º ciclo Frei Rosa Viterbo (Satão, Viseu)

Refira-se que cinco das escolas participantes nesta edição, cujos contactos foram realizados pela EPIS (à semelhança das edições anteriores, responsável pela sinalização das escolas e dos alunos que fazem parte do programa) receberam as ações da ERC pela primeira vez, com exceção da Escola Secundária Braamcamp Freire, a qual participou também na 2.ª edição do programa.

¹ O protocolo está disponível para consulta no site da ERC <http://bit.ly/2mnyW2t>

² Este é um dos três eixos definidores do plano de ação da EPIS. É um programa de mediação destinado a erradicar o abandono da escola e a combater o insucesso escolar, bem como a inserir profissionalmente jovens de risco. São abrangidos por este programa crianças e jovens, com idades entre os 6 e os 24 anos.

Na fase preparatória da terceira edição, foi realizada uma reunião conjunta da Equipa de Projeto de LM da ERC e responsáveis da EPIS, na qual foi delineada uma estratégia para alargar geograficamente o âmbito das ações a outros concelhos (recorde-se que na 1ª e 2ª sessão as sessões decorreram em escolas da Grande Lisboa e Porto), uma vez que a EPIS conta com escolas aderentes ao Programa, de Norte a Sul do país.

Contudo, a realização deste tipo de ações está condicionada pela disponibilidade e aceitação das escolas. Nem sempre é fácil conciliar os períodos letivos e os períodos de férias dos alunos, a escolha dos temas em função dos “currícula” escolares dos mesmos e, ainda, a disponibilidade dos Técnicos da ERC, que têm de adaptar estas saídas ao seu trabalho habitual. Assim sendo, embora não tenha sido possível avançar em pleno com a ideia inicial, foi possível concretizar duas sessões nas duas escolas de Sátão, no distrito de Viseu.

Os temas apresentados nas sessões foram selecionados pelos estabelecimentos de ensino de entre o universo de ações propostas pela ERC, uma lista de ações com onze temas que a ERC previamente disponibilizou à EPIS para serem distribuídas pelas escolas. Desses onze temas possíveis foram selecionados seis pelas escolas aderentes ao programa. Houve sempre preocupação em adequar os temas aos interesses dos alunos e aos cursos que frequentavam, assim como os próprios materiais e exemplos que foram apresentados.

Estas ações (ministradas pelos técnicos da ERC) decorreram em contexto de sala de aula, embora num modelo de aprendizagem não formal, o qual consiste sobretudo em partilhar, refletir e debater sobre experiências profissionais, no caso concreto, relacionadas com a regulação dos media. Pretendeu-se sensibilizar e promover a consciencialização dos alunos sobre temas relacionados com os media associados às competências exercidas pela ERC, as quais são, na maior parte das vezes, desconhecidas.

As iniciativas que a ERC tem levado às escolas, genericamente, têm sido bem acolhidas e em 2019 não foi exceção. Neste caso, a avaliação do sucesso das sucessões, embora não decorra da aplicação de qualquer instrumento destinado a fazer essa avaliação, é afirmada pelo facto de ter sido alcançada a pretendida dinâmica de discussão na sala de aula, à volta das matérias propostas nas sessões, entre os alunos, os técnicos da ERC e os professores. Isto é, foi ultrapassado um modelo meramente expositivo em que só uma das partes é ativa na transmissão de mensagens, para se gerar um modelo de interação e partilha de pontos de vista, exemplos e questões.

No modo como foram colocadas aos alunos, as sessões realizadas permitiram quer uma abordagem totalmente nova a temas com os quais os alunos já tinham tido algum tipo de contacto dentro do programa escolar, quer, em alguns casos, a introdução de assuntos que representaram uma completa novidade. Os professores e mediadores/professores reconheceram o interesse dos alunos e chegaram a manifestar que ficaram surpreendidos com participação de alguns.

As sessões permitiram partilhar a atividade da ERC, algumas das suas decisões e sensibilizar os presentes na sessão para o modo como pode contribuir para a promoção da LM. Neste âmbito, os alunos mostraram curiosidade, em particular, pelo trabalho relacionado com a resposta a queixas e participações.

A equipa desta edição foi composta por nove colaboradores: cinco do Departamento de Análise de Média (DAM), dois do Núcleo de Biblioteca e Documentação (NBD) e dois da Unidade de Supervisão (US).

2019: SEIS ESCOLAS, NOVE SESSÕES, MAIS DE 180 ALUNOS ENVOLVIDOS

A 3.ª Edição do Programa de LM da ERC em escolas parceiras da EPIS respeitou ao ano letivo 2018/2019, porém as ações decorreram na sua totalidade no ano em análise, entre janeiro e abril.

Fig. 1 - Programa de LM em Escolas parceiras da EPIS - Sessões realizadas em 2019

Escolas parceiras da EPIS	Título das ações	Datas
EB 2,3 D. Fernando II (Sintra)	“Literacia para os media: Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva”	11 janeiro
	“Desinformação nas Notícias”	27 março
EB Alto dos Moinhos (Terrugem, Sintra)	“Como criar uma Web Rádio na comunidade escolar?”	22 e 29 janeiro
Escola Secundária Braamcamp Freire (Odivelas)	“A Publicitação da Vida Privada: das revistas de vida social às redes sociais”	07 março
	“Eu youtube, Ele youtube, Nós youtubamos”	14 março
EB2,3 Nun'Álvares (Arrentela - Seixal)	“Literacia e Media Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?”	08 março 05 abril
EB 2,3 Ferreira de Aves (Sátão)	“Eu youtube, Ele Youtube, Nós youtubamos”	12 março
Escola ES + 3 Frei Rosa Viterbo (Sátão)	“A Publicitação da Vida Privada: das revistas de vida social às redes sociais”	12 março

Quatro das nove sessões realizadas recuperaram três ações já implementadas junto de escolas em anos anteriores, por continuarem a suscitar interesse ao serem selecionadas pelas próprias escolas, conforme já referido.

Foi o caso da ação **“Literacia para os media: Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva”**, que tem por objetivo fomentar a análise crítica dos conteúdos jornalísticos de televisão. Conforme revela a figura anterior, essa ação foi apresentada em duas sessões.

Outra ação que revela continuar a estar entre as escolhas das escolas é a ação **“Literacia e Media Digitais: Sabe navegar na internet de modo seguro, consciente e eficaz?”**, que explora as diferentes capacidades associadas à navegação na internet e induz à reflexão sobre a participação responsável e cidadania ativa. Neste caso, foi realizada em duas escolas.

Finalmente, a terceira ação já testada que se manteve nesta edição, foi a que tem como título **“Desinformação nas notícias”**. Esta ação promove o pensamento crítico em torno

da informação disponibilizada pelos meios de informação tanto em suporte físico como eletrónico. Considerando direitos fundamentais dos cidadãos, em particular a liberdade de expressão e o direito a ser informado (com informação diversa e fidedigna), pretende levar ao questionamento dos alunos sobre a relação entre a quantidade de informação disponível e a qualidade da mesma. Mobiliza conceitos como rigor, sensacionalismo, discurso do ódio, incitamento à violência, difamação, humor, já previstos na legislação, enquadram-se os novos desafios associados à produção de informação jornalística e à sua disseminação nas redes sociais. O seu principal objetivo é estimular a desconstrução de narrativas mediáticas, detetando elementos de desinformação, imprecisão, mentira, enviesamento e parcialidade, com a função de ludibriar ou lucrar.

Para esta edição foram desenvolvidas três novas ações que enveredaram pela escolha de temas completamente distintos. Destaca-se, pela sua oportunidade e atualidade no ano em questão (em que se debateu a questão dos direitos de autor nas plataformas de partilha de vídeo online) a ação **“Eu youtube, Ele youtuba, Nós youtubamos”**. Esta ação debruça-se sobre o fenómeno “Youtubers”, convidando os alunos a partilhar a sua realidade (como consumidores e/ou produtores de conteúdos) e a reconstruí-la de forma crítica, aplicando à realidade desta plataforma a noção de limites à liberdade de expressão, que, está presente entre alguns dos limites avaliados nos órgãos de comunicação social ditos tradicionais. A ação foi apresentada em duas sessões e permitiu igualmente suscitar interrogações e reflexões que, em termos empíricos e a partir da voz dos próprios alunos, permitiram ficar a conhecer melhor a relação dos jovens com o canal Youtube.

“Como criar uma Web Rádio na comunidade escolar?” foi outra das estreadas. Esta ação pretende informar e motivar os jovens para uma nova realidade na área da Rádio, tendo sido também um pretexto para melhorar a comunicação e incentivar o espírito de equipa e de cooperação entre a escola e comunidade e, se possível, o incentivo ao crescimento/desenvolvimento de projetos em meio escolar. Esta iniciativa tem uma componente prática ensinando os alunos a criarem eles próprios uma web rádio.

“A Publicitação da Vida Privada: das revistas de vida social às redes sociais”, a terceira das novidades, é uma ação que promove a ultrapassagem de uma leitura espontânea das revistas de vida social, vulgo revistas cor-de-rosa, a partir dos seus conteúdos e das suas transferências para a televisão (programas sobre celebridades) e para as redes sociais (polémicas sobre figuras públicas e comentários em sequência). Propõe-se expor os desafios da divulgação de aspetos privados, pela comunicação social, e as oportunidades de regulação. A partir de alguns casos práticos recolhidos de deliberações e recomendações públicas da ERC, traz a debate as características típicas destas publicações.

BREVE CARACTERIZAÇÃO DOS GRUPOS DE ALUNOS QUE PARTICIPARAM NAS AÇÕES

Participaram nesta terceira edição alunos do 3.º ciclo do ensino básico no caso concreto, alunos do 9.º ano de escolaridade do ensino via normal e três turmas pertencentes aos CEF – Cursos de Educação e Formação (Detêm uma vertente essencialmente profissionalizante), num total global de 187 alunos alcançados, em 13 turmas e 9 sessões, nas seis escolas visitadas (ver Figura 2).

Segundo os dados fornecidos pela EPIS, a faixa etária dos participantes esteve compreendida entre os 14 e os 16 anos.

Fig. 2 - Número de alunos abrangidos pelo programa de LM da ERC em escolas parceiras da EPIS em 2019

Escolas parceiras da EPIS	Localização da escola	N.º de alunos
EB 2,3 D. Fernando II	Sintra	56
EB Alto dos Moinhos	Terrugem, Sintra	31
Escola Secundária Braamcamp Freire	Odivelas	24
EB2,3 Nun'Álvares	Arrentela -Seixal	40
EB 2,3 Ferreira de Aves	Sátão	18
Escola Secundária + 3.º ciclo Rosa Viterbo	Sátão	18

Fonte: EPIS

VISITA GUIADA DE TURMAS DE DUAS DAS ESCOLAS A INSTALAÇÕES DE DUAS RÁDIOS

À semelhança do que ocorreu na segunda edição, em que os alunos participantes tiveram oportunidade de contactar com um órgão de comunicação social (no caso através da participação em visitas à coleção museológica e os estúdios da RTP), nesta terceira edição a ERC e a EPIS procuraram realizar contactos no sentido de proporcionar esse contacto, no caso com rádios próximas da área geográfica em que a sua escola se situa. Ainda que tenham sido realizados contactos para tornar esta experiência possível para todos os alunos que participaram, por constrangimentos relacionados com dificuldades na deslocação de alunos e incompatibilidade de agendas entre os envolvidos, apenas duas das escolas puderam concretizar esse objetivo, visitando a Rádio Cidade FM e a Rádio Mega Hits. A respeito da visita a estas duas rádios, importa referir que ambas aceitaram prontamente colaborar com o projeto.

A Rádio Cidade FM recebeu a visita dos alunos da Escola Secundária Braamcamp Freire no dia 19 de março, a qual que foi acompanhada pela técnica da ERC que se deslocou para sessões nesta escola. Refira-se que esta rádio tem como público-alvo preferencial os jovens entre os 14 e os 24 anos, ou seja, a faixa etária dos alunos que participaram.

A visita, em que os alunos tiveram oportunidade de visitar as instalações, foi dirigida pela locutora, e também Youtuber, Yolanda Tati. Esta combinação de fatores garantiu o sucesso da visita, na medida em que os alunos se identificaram com o contexto e se sentiu o seu entusiasmo. Durante a visita aos estúdios, Yolanda falou da importância da publicidade nos órgãos de comunicação social, designadamente na rádio, das diferenças entre emissão local e nacional, de como é feita a produção de um programa, até às características de propagação do som. Esta transversalidade de assuntos foi sempre animada e acompanhada de perguntas dos alunos e dos professores que os acompanhavam.

Fig. 3 - Visita dos alunos da Escola Braamcamp Freire à Rádio Cidade FM – 19 de março de 2019



Créditos das fotos: Direitos reservados.

A concluir, os alunos assistiram em estúdio e em direto, ao fecho de emissão do programa «Já são horas» com João Paulo Sousa e Tecas, entrando depois no ar a própria Yolanda Tati, que agradeceu, em direto, a visita da escola.

A Rádio Mega Hits recebeu a visita dos alunos da Escola EB Alto dos Moinhos, no dia 9 de maio. Deslocaram-se àquela rádio duas turmas, num total de 31 alunos, acompanhados por quatro professores da escola. Neste caso, não houve possibilidade para deslocar um dos técnicos da equipa da ERC a acompanhar esta visita, que, propositadamente, foi agendada para o último dia da sétima edição da operação 7 Dias com os Media, da qual se falará adiante neste capítulo.

Esta rádio foi contactada igualmente por ter um perfil muito jovem, adequado ao perfil dos participantes. Também neste caso houve disponibilidade para visitar os estúdios e satisfazer a curiosidade colocando as perguntas que naturalmente foram surgindo. De acordo com as evidências que foram partilhadas com a ERC, os alunos e os professores que os acompanharam ficaram muito entusiasmados com o acolhimento que tiveram.

RETROSPETIVA DOS TRÊS ANOS DE ATIVIDADE DO TRABALHO EM COLABORAÇÃO COM A EPIS

O ano de 2016 é marcante para a ERC, em termos de cooperação formal, no que se refere à área da Literacia Mediática. Foi assinado o já referido protocolo de cooperação entre a EPIS e a ERC a 18 de maio de 2016, que se estenderia por três anos letivos.

Este protocolo formalizou a parceria entre as instituições «tendo em vista a promoção da inclusão social dos jovens em Portugal, através da exploração das sinergias naturais entre as duas instituições na área da educação».

A ERC comprometeu-se a fazer parte do programa “Mediadores para o sucesso escolar”, ao qual os quadros técnicos da ERC se associaram de modo voluntário, levando o seu

próprio programa de ações de promoção da Literacia Mediática³ para as escolas parceiras da EPIS, tendo por alvo prioritário os alunos do 3.º ciclo, acompanhados pelo referido programa.

Os quadros técnicos da ERC deslocaram-se às escolas (cuja escolha foi sempre da responsabilidade da EPIS, assim como a seleção dos alunos participantes) e intervieram junto de turmas que incluíam alunos à beira da exclusão, devido ao insucesso escolar, quer por dificuldades de aprendizagem, quer por falta de condições e carências de natureza vária: sociais, pessoais, económicas.

Não se pretende fazer aqui uma análise detalhada das ações de literacia e do contexto escolar em que decorreram, considerando que a mesma foi sendo feita nas edições dos Relatórios de Regulação de 2016, 2017 e 2018, recomendando-se a sua consulta para uma melhor compreensão do trabalho efetuado e de todos os envolvidos.

Optou-se por se apresentar aqui um mapa síntese que nos dá uma visão de conjunto das ações levadas pela ERC para o terreno nos anos letivos 2016/2017 (1.ª edição), 2017/2018 (2.ª edição), 2018/2019 (3.ª edição), assim como uma tabela que indica o alcance global do protocolo em termos de número de escolas abrangidas e dos alunos que participaram.

Fig. 4 - Número de ações (e sessões por ação) implementadas ao abrigo do Protocolo ERC/EPIS

Título da ação	Nº de sessões	Escola Parceira EPIS	Concelho de pertença da escola	Edição em que se realizou
Literacia e Media Digitais: Sabe navegar na Internet de modo seguro, consciente e eficaz?	1	Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária Fernando Namora	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha	Loures	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica D. Dinis	Odivelas	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Seomara da Costa Primo	Amadora	2.ª Edição (2017/2018)
	1	Escola do 3.º Ciclo e Secundária D. João V	Amadora	2.ª Edição (2017/2018)
	2	EB2,3 Nun'Álvares	Seixal	3.ª Edição (2018/2019)
	9 sessões	8 escolas		3 edições
Literacia para os media: Compreender e utilizar criticamente a informação televisiva	1	Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária Fernando Namora	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha*	Loures	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica D. Dinis	Odivelas	1.ª Edição (2016/2017)

³ As ações que compõem o programa de Literacia Mediática da ERC foram desenvolvidas por técnicos da ERC, de modo colaborativo, a exercerem funções nos seus diferentes serviços. Por isso, é um programa multidisciplinar que recolhe experiências e saberes diversos e diferenciados.

Título da ação	Nº de sessões	Escola Parceira EPIS	Concelho de pertença da escola	Edição em que se realizou
	1	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha*	Loures	2.ª Edição (2017/2018)
	1	EB 2,3 D. Fernando II	Sintra	3.ª Edição (2018/2019)
	1	Escola Secundária Braancamp Freire	Odivelas	2.ª Edição (2017/2018)
	8 sessões	7 escolas		3 edições
Vamos desconstruir Reality Shows? Entre a realidade e a ficção	1	Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária Fernando Namora	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha	Loures	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica D. Dinis	Odivelas	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Seomara da Costa Primo	Amadora	2.ª Edição (2017/2018)
	1	Agrupamento de Escolas do Cerco	Porto	2.ª Edição (2017/2018)
	1	Escola Secundária Braancamp Freire	Odivelas	2.ª Edição (2017/2018)
	8 sessões	8 escolas		2 edições
A Educação para os Media no trilho da inclusão: Conhecer e compreender a sinalética na informação televisiva	1	Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária Fernando Namora	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha	Loures	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica D. Dinis	Odivelas	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	1.ª Edição (2016/2017)
	5 sessões	5 escolas		1 edição
Mensagens publicitárias nos conteúdos televisivos	1	Escola Secundária Fernando Namora	Amadora	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola Secundária São João da Talha*	Loures	1.ª Edição (2016/2017)
	1	Escola do 3.º Ciclo e Secundária D. João V	Amadora	2.ª Edição (2017/2018)
	1	Escola Secundária São João da Talha*	Loures	2.ª Edição (2017/2018)
	1	Agrupamento de Escolas do Cerco	Porto	2.ª Edição (2017/2018)
	5 sessões	4 escolas		2 edições
A Publicitação da Vida Privada: das revistas de vida	1	Escola Secundária Braancamp Freire	Odivelas	3.ª Edição (2018/2019)
	1	Escola Secundária + 3.º ciclo Frei Rosa Viterbo	Sátão (Viseu)	3.ª Edição (2018/2019)

Título da ação	Nº de sessões	Escola Parceira EPIS	Concelho de pertença da escola	Edição em que se realizou
social às redes sociais	2 sessões	2 escolas		1 edição
Eu youtube, Ele youtube, Nós youtubamos	1	Escola Secundária Braamcamp Freire	Odivelas	3.ª Edição (2018/2019)
	1	Escola Básica 2,3 Ferreira de Aves	Sátão (Viseu)	3.ª Edição (2018/2019)
	2 sessões	2 escolas		1 edição
Aprofundamento dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (tendo como mote o exemplo do jogo “Baleia Azul”)	1	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	Porto	1.ª Edição (2016/2017)
Como criar uma Web Rádio na comunidade escolar?”	1	EB Alto dos Moinhos	Sintra	3.ª Edição (2018/2019)
Desinformação nas Notícias	1	EB 2,3 D. Fernando II	Sintra	3.ª Edição (2018/2019)
Dinamização dos conhecimentos adquiridos nas sessões anteriores (com base nas fake news)	1	Escola Básica D. Dinis	Odivelas	1.ª Edição (2016/2017)
Direitos Humanos, Liberdade de Expressão e Liberdade de Imprensa	1	Escola Básica 2,3 Nun'Álvares	Seixal	3.ª Edição (2018/2019)

Total de ações selecionadas	Total de sessões realizadas	Total de Escolas Parceiras EPIS abrangidas
11 ações	44 sessões	14 escolas abrangidas

Fonte: EPIS; * Escolas que participaram em mais do que uma edição.

Fig. 5 - Alcance das três edições do Protocolo ERC/EPIS

Edições	Escolas Parceira EPIS abrangidas	N.º de alunos alcançados
---------	----------------------------------	--------------------------

1ª Edição (2016/2017)	Escola Básica 2, 3 Cardoso Lopes	34
	Escola Secundária Fernando Namora	33
	Escola Secundária São João da Talha*	19
	Escola Básica D. Dinis	20
	Escola Básica e Secundária Rodrigues de Freitas	21
	5 escolas	127
2ª Edição (2017/2018)	Escola Secundária São João da Talha*	20
	Escola do 3.º Ciclo e Secundária D. João V	32
	Escola Seomara da Costa Primo	24
	Escola Secundária Braancamp Freire*	24
	Agrupamento de Escolas do Cerco	22
	5 escolas	122
3.ª Edição (2018/2019)	EB 2,3 D. Fernando II	56
	EB Alto dos Moinhos	31
	Escola Secundária Braamcamp Freire*	24
	EB2,3 Nun'Álvares	40
	EB 2,3 Ferreira de Aves	18
	Escola Secundária + 3.º ciclo Frei Rosa Viterbo	18
	6 escolas	187
3 anos letivos	14 escolas abrangidas	436 alunos alcançados

Fonte: EPIS; *Escolas que participaram em mais do que uma edição.

NOTAS FINAIS

A possibilidade de fazer deslocar algumas turmas, indicadas pelos professores, ao Museu da RTP, em 2018, e a duas rádios: Rádio Mega Hits e Rádio Cidade FM, em 2019, foram pontos altos a evidenciar. Os alunos apreciaram, questionaram, aprenderam. Sentiu-se a sua motivação.

Os técnicos da ERC, por norma, acompanharam os alunos juntamente com os professores, só não tendo sido, conforme já referido, possível deslocarem-se à Rádio Mega Hits. O transporte dos alunos foi coordenado pela EPIS.

A realização destas ações, uma vez que são de carácter voluntário e não estão incluídas nos “currícula” escolares, está condicionada pelo calendário das próprias escolas e pela disponibilidade dos técnicos da ERC, nem sempre sendo fácil conciliar as duas agendas.

Este programa e o contexto em que decorreu (áreas de intervenção, públicos atingidos, adesão voluntária dos técnicos da ERC) poderá igualmente inserir-se numa perspetiva de responsabilidade social da ERC.

2.2 WORKSHOP ABERTO A ALUNOS DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIA DE LISBOA

Uma das instituições de nível nacional com as quais a ERC colaborou em 2019 foi a Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia de Lisboa (ULHTL), colaboração que partiu de um convite dirigido à ERC pela Diretora da Licenciatura em Comunicação e Jornalismo, Carla Rodrigues Cardoso. No caso, o regulador foi desafiado a dinamizar um workshop aberto aos alunos dos três cursos de licenciatura da área da comunicação:

“Ciências da Comunicação e da Cultura”, “Comunicação Aplicada: Marketing, Publicidade e Relações Públicas” e “Comunicação e Jornalismo”.

SOBRE O WORKSHOP

No dia 18 de março de 2019, perante um auditório da ULHTL em que estiveram presentes cerca de **200 alunos dos referidos cursos**, uma equipa técnica da ERC dinamizou um workshop, com duração de cerca de hora e meia, sobre os **limites ao tratamento informativo de acontecimentos violentos, nomeadamente incêndios florestais e outro tipo de calamidades**, partindo da cobertura informativa feita por alguns dos principais jornais nacionais de informação geral aos incêndios florestais que assolaram a região centro de Portugal em junho de 2017.

Um dos objetivos principais traçados para o workshop foi possibilitar um contacto com a atividade de regulação dos media, nomeadamente com alguns dos procedimentos que a ERC desenvolve ao nível da resposta a queixas/participações, recorrendo a exemplos. Através da participação numa atividade proposta os alunos poderiam explorar os seus conhecimentos sobre uma das áreas sensíveis da regulação e ao mesmo tempo refletir e analisar criticamente o tipo de trabalho que é feito, concretizando desse modo um dos principais propósitos inerentes a qualquer atividade de literacia mediática, ou seja, o exercício do pensamento crítico.

De notar que a escolha do tema do workshop foi inspirada no [“Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades”](#)⁴

lançado pela ERC em julho de 2018 como forma de recordar aos órgãos de comunicação social regulados alguns dos princípios que regem a atividade jornalística e de lhes recomendar o respeito por esse princípios na cobertura informativa que fizerem deste tipo de eventos em particular. Refira-se que este workshop foi dinamizado no contexto do primeiro dia da “7ª Semana

Fig. 6 - Workshop sobre os limites no tratamento jornalístico de incêndios florestais e outras calamidades - Universidade Lusófona de Lisboa



18 de março de 2019, 7ª. Semana e Comunicação, Artes e Tecnologias.
Créditos da foto: ULHTL.

⁴ Disponível para consulta em <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM5OjItZWVpYS9maWNoZWlyb3Mvb2JqZWNOb19vZmZsaW5lZm1MS5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvltzOjUwOjIndWlhLWRlLWJvYXNtcHJhdGljYXNtaW5jZW5kaW9zLWUtb3V0cmFzLWNhbGFtaWRhZCI7fQ==/guia-de-boas-praticas-incendios-e-outras-calamidad>.

de Comunicação, Artes e Tecnologias”⁵, uma iniciativa anual do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade que decorreu entre 18 e 22 de março de 2019, período que coincidiu com a Semana Europeia de Literacia Mediática de 2019.

De notar que inicialmente o workshop foi pensado para ser realizado em pequenos grupos, de modo a poder ser realizado com maior proximidade entre a equipa da ERC e os alunos. No entanto, por não ter havido essa possibilidade, foi adaptado de modo a não perder a sua componente prática e a possibilitar a interação e a partilha de reflexões entre os participantes.

MATERIAIS DE APOIO AO WORKSHOP

Para a dinamização deste encontro foram exibidos dois tipos de materiais: 1) a reportagem televisiva analisada no âmbito do «Procedimento oficioso de averiguações relativo a reportagem emitida na edição de 18 de junho de 2017 do “Jornal das 8” do serviço de programas TVI sobre os incêndios de Pedrógão Grande»⁶; 2) um painel instalado no palco do auditório onde foram afixadas reproduções de primeiras páginas dos jornais diários nacionais Correio da Manhã, Diário de Notícias, i, Jornal de Notícias e Público, como representação da cobertura jornalística dos primeiros dias dos acontecimentos⁷.

Tendo por base uma ficha com uma pequena grelha de análise⁸, inspirada em indicadores que a ERC geralmente mobiliza na análise de conteúdo que realiza, os alunos foram convidados a, num primeiro momento, refletir sobre a análise realizada em relação à referida reportagem do “Jornal das 8” e, num segundo momento, em pequenos grupos de duas a três pessoas (que se encontravam lado a lado), a analisar as primeiras páginas dos jornais (acima especificados) publicadas no dia 18 de junho de 2017, o dia em que o incêndio de Pedrógão Grande deflagrou, e no dia seguinte.

A atividade de reflexão e debate envolveu algumas questões que estiveram presentes nas queixas recebidas pela ERC: a forma como os órgãos de comunicação social trataram o tema, a exposição que fizeram das vítimas mortais e dos seus familiares e amigos, dos restantes afetados e dos destroços, questões como o rigor e o sensacionalismo da informação, o impacto da titulação e das imagens selecionadas, entre outros aspetos que foram sendo suscitados pelos próprios alunos e professores. Durante o momento de reflexão as técnicas da ERC puderam estabelecer contacto mais direto com os alunos,

⁵ Segundo descrição da universidade, esta iniciativa «promove a interdisciplinaridade entre as diversas áreas científicas dos estudos de ciências da comunicação, artes e humanidades; facilita o contacto com o meio empresarial e desenvolve iniciativas que aproximam os estudantes e docentes da sociedade e das profissões. Esta tem como eixo central a "juventude" convergindo este tema para segmentos específicos de investigação em variados domínios, nomeadamente, jornalismo, publicidade, marketing e estudos culturais. Entre os dias 18 e 22 de Março são muitos os convidados, professores, empresários e especialistas que vão enriquecer o espaço de debate e discussão de ideias.» (cf. <https://www.ulusofona.pt/agenda/vii-semana-comunicacao>)

⁶ Deliberação ERC/2017/186 (CONTJOR-TV) de 29 de agosto.

⁷ As edições selecionadas fizeram parte do corpus analisado pelo DAM e o DJ no âmbito do procedimento oficioso de averiguações relativo à cobertura dos incêndios de Pedrógão Grande por parte dos órgãos de comunicação social de âmbito nacional: as edições de 18 de junho de 2017 dos serviços de programas RTP1, SIC e CMTV, edições de 18 a 22 de junho dos jornais Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, jornal i e Correio da Manhã, e das edições de 24 de junho dos jornais Expresso e Sol.

⁸ A ficha utilizada está disponível para consulta no anexo do presente capítulo.

respondendo a questões/dúvidas junto dos grupos que foi possível constituir em contexto de auditório.

A respeito deste workshop importa referir desde já que o mesmo, depois de adaptado, acabaria por servir de base a um workshop que foi dinamizado pela equipa técnica da ERC no âmbito do V Congresso Literacia, Media e Cidadania e que, no caso, teve um público alvo que foi constituído maioritariamente por professores do ensino básico e secundário e por investigadores da área da comunicação. Esse workshop será igualmente recordado adiante neste capítulo.

2.3 COLABORAÇÃO COM O PROJETO MIGRATED

Já no último trimestre de 2019 o Projeto de Literacia Mediática da ERC foi novamente desafiado a sair fora de portas e a regressar ao terreno escolar. Neste caso o desafio partiu da equipa portuguesa do Projeto europeu MigratED – Media, Migrações e Direitos Humanos, que veio solicitar a participação da ERC no plano de atividades que projetou para ser realizado no início do ano letivo 2019/2020, junto de turmas de escolas públicas localizadas em Lisboa.

De acordo com informação disponibilizada na própria página oficial da 4Change⁹, uma das instituições que está a dinamizar o projeto MigratED (apoiado pelo programa Erasmus + da Comissão Europeia), o principal objetivo deste projeto é «investigar e promover novos instrumentos para a defesa dos direitos humanos e a sensibilização da sociedade em relação à urgência de desarmadilhar a retórica xenófoba que tem acompanhado as crises migratórias dos últimos anos».

Concretamente, o desafio lançado pelo MigratED era que a equipa do Projeto de Literacia Mediática da ERC, tendo por base as suas ações que trabalham/relacionam as temáticas das **fake news, desinformação, má informação, deontologia jornalística, liberdade de expressão e de imprensa**, realizassem **quatro sessões de consciencialização relativamente a essas temáticas** em duas das escolas de Lisboa nas quais estiveram a implementar este segundo ano do projeto: **Escola Secundária do Restelo e EB Bairro Padre Cruz**.

À semelhança do que tem vindo a acontecer em anteriores colaborações já realizadas pela equipa da ERC, também neste caso o público-alvo foi o **8.º ano de escolaridade**, nomeadamente **alunos de quatro turmas, com idades compreendidas entre os 13 e os 14 anos**.

De notar que a ação preparada pela ERC, e que se reproduzia nas referidas quatro sessões, não foi a única a ser realizada junto destas turmas. Na realidade, de acordo com a equipa do MigratED, a ação da ERC foi a oitava de um total de quinze ações perspetivadas para serem realizadas entre setembro de 2019 e janeiro de 2020, as quais contaram com o envolvimento de outras instituições que aceitaram colaborar com este projeto.

De acrescentar que, no âmbito desta colaboração, a equipa representante do MigratED comprometeu-se a prestar apoio no sentido de conseguir uma melhor integração com os

⁹ Disponível para consulta em <https://www.4change.org/pt/blog-3/entre-desenvolvimento-migracoes-e-direitos-humanos>.

objetivos do trabalho que estão a desenvolver, nomeadamente o de capacitação dos alunos para uma cidadania ativa, diversa e plural, objetivos que, de algum modo, estão em linha com a missão da própria ERC relativamente à forma como interpreta o seu dever de proteção dos públicos sensíveis no âmbito da literacia mediática, isto é, através do fornecimento de instrumentos/recursos que possam contribuir para uma maior capacitação desses públicos.

Liderado por uma organização não-governamental italiana que realiza projetos de ajuda humanitária e cooperação para o desenvolvimento de comunidades de todo o mundo¹⁰, importa referir que em Portugal este projeto tem como promotores a já referida 4Change e da Universidade Lusófona.

SOBRE AS SESSÕES REALIZADAS PELA ERC

As quatro sessões propostas, cujo conteúdo, uma vez mais, foi da inteira responsabilidade da equipa da ERC, tiveram lugar em salas de aulas das referidas escolas nos dias 4 e 8 de novembro de 2019. Sob o título “Direitos Humanos – Pensamento Crítico – Informação ou Desinformação?”, cada sessão teve uma duração aproximada de cerca de 90 minutos, que foram divididos em dois momentos distintos.

Num primeiro momento, como é habitual nas ações de literacia mediática que o regulador costuma preparar, a equipa da ERC começou a introduzir alguns conceitos e, a partir

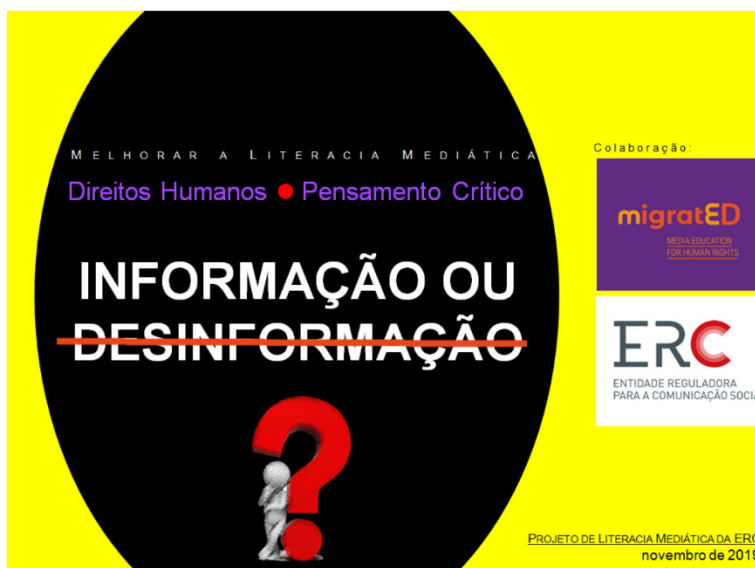


Fig. 7 - Imagem de apresentação utilizadas nas quatro sessões realizadas na Escola Secundária do Restelo e na EB Bairro Padre Cruz entre 4 e 8 de novembro de 2019.

desses conceitos, a levantar algumas questões relacionadas com os eixos temáticos propostos de modo a procurar perceber a adesão e interesse dos alunos relativamente a esses temas e a estimular nos alunos a predisposição para o segundo momento, ou seja, o envolvimento da turma num debate. Neste segundo momento foram utilizados/mostrados alguns exemplos, sem considerações/respostas fechadas, sobre os quais se pediu aos alunos que dessem a sua opinião. O objetivo era que os próprios alunos, uma vez mais, pudessem partilhar e debater as suas reflexões individuais e, se assim o entendessem, introduzir os seus próprios exemplos/questões no debate. Também neste caso foi sendo explorada a possibilidade de os alunos ficarem a conhecer

¹⁰ Na página oficial da 4Change é concretizada a dimensão internacional deste projeto, explicando-se que o MigratED nasceu da «necessidade de reforçar a cooperação internacional e a promoção da cidadania global» reconhecida por organizações de cinco países europeus – Portugal, Itália, Chipre, Grécia e Eslovénia.

melhor a atividade de regulação e a forma como ela se encontra diretamente relacionada com os temas explorados nas sessões.

Numa apreciação global das sessões realizadas observou-se que os alunos de ambas as escolas mostraram imediata adesão aos temas propostos e disponibilidade de participação no modelo de debate que tinha sido perspetivado. A relação entre os direitos humanos e o pensamento crítico permitiu aos alunos partilharem reflexões e comentários relacionados com aprendizagens e vivências que foram realizando em outras sessões dinamizadas por outras colaborações com o Projeto MigratED.

2.4 CONTINUAÇÃO DO TRABALHO EM PARCERIA COM O GILM

V CONGRESSO LITERACIA, MEDIA E CIDADANIA

a) BREVE SÍNTESE/BALANÇO

O V Congresso Literacia, Media e Cidadania marcou os 10 anos de atividade do GILM – Grupo Informal sobre Literacia Mediática de que a ERC é membro desde a fundação. Ao longo de uma década de atividade, o grupo promoveu a realização de congressos bienais nos quais a ERC assumiu sempre um papel relevante na organização e prossecução. Tendo-se tratado de uma década de acelerada mutação dos media, tal não poderia deixar de se refletir nas atividades do GILM, com especial ênfase para o evento que discute publicamente as questões relacionadas com a LM.

Assim, o V Congresso Literacia, Media e Cidadania que decorreu em Aveiro, nos dias 03 e 04 de maio de 2019, abraçou o tema Tecnologia, Desinformação e Ética tendo em vista promover a reflexão sobre fenómenos novos e também dinâmicas pré-existentes que se foram concretizando ao longo do tempo e desembocando na realidade complexa que é hoje o campo dos media. Isto tendo sempre em vista a reflexão sobre as mutações que as tecnologias em maturação deixam já prever. Na génese da ideia que veio a sustentar este evento esteve sempre a orientação da reflexão para a dimensão ética que os avanços tecnológicos podem implicar, estando cientes do papel essencial a desempenhar pelos promotores da LM em prol do conhecimento e compreensão destes novos serviços e tecnologias, do incremento do sentido crítico na sua utilização e na resposta às questões éticas que colocam.

Ao longo dos dois dias em que decorreu o evento tiveram lugar conferências, comunicações livres e workshops e estiveram em exposição posters relacionados com o tema do congresso.

Do programa, destacou-se a Conferência Inaugural, ministrada por Mário Figueiredo professor catedrático de Engenharia Electrotécnica e de Computadores no Instituto Superior Técnico da Universidade de Lisboa, sob o tema “Ciência(s) de Dados e Inteligência Artificial: Aplicações e Desafios Sociais”.

No segundo dia de congresso, houve lugar para uma conferência dada por Fergus Bell, jornalista e consultor, especialista nas áreas da verificação de factos, inovação na redação de notícias, e em jornalismo colaborativo, é membro do prestigiado Reynolds Journalism

Institute. A sua conferência dedicou-se a discutir *How can we fix trust in the media for the future?* [Como poderemos restaurar a confiança nos media para o futuro?].

Destacou-se ainda neste congresso a realização de duas sessões plenárias. A primeira, sobre “Continuidades e Rupturas na Literacia Mediática”, teve como oradores Subdiretor-geral da UNESCO para a Comunicação e Informação, Alfonso Gutiérrez, Universidade de Valladolid, Campus de Segovia, Espanha, Nelson Zagalo, Universidade de Aveiro e Sara Pereira, Universidade do Minho, com moderação de António Granado, Universidade Nova de Lisboa. A segunda sessão plenária sobre “Tecnologia, Desinformação e Ética” contou com a presença de Carlos Camponez, Universidade de Coimbra, Lino Santos, Coordenador do Centro Nacional de Cibersegurança, Jorge Wemans, Provedor do Telespectador da RTP e Luís Barreira de Sousa, Embaixador para a Ciberdiplomacia. A moderação foi assumida por Teresa Calçada, do Plano Nacional de Leitura.

Ao longo dos dois dias do evento, centenas de pessoas passaram pelas várias propostas do vasto programa, tendo assim o GILM assim cumprido o objetivo de proporcionar um espaço de reflexão e divulgação de conhecimento de sobre a Literacia Mediática.

b) WORKSHOP REALIZADO PELA ERC

A programação deste congresso integrou quatro workshops, um deles de iniciativa da ERC. Esta ação teve como tema “Desconstruir as narrativas dos trabalhos jornalísticos sobre acontecimentos violentos”. O exercício proposto aos mais de duas dezenas de participantes passou pela realização de um exercício prático de análise de media, baseado na desconstrução crítica da cobertura informativa de acontecimentos violentos com recurso a exemplos concretos de conteúdos jornalísticos produzidos e divulgados por diferentes órgãos de comunicação social.

De base para a discussão serviu o “Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades”, lançado em julho de 2018, que teve como principal objetivo reforçar junto dos órgãos de comunicação social a necessidade de uma ponderação acrescida para garantir «o cumprimento das normas ético-legais próprias da atividade jornalística e o respeito pelos direitos fundamentais dos visados» quando se trata de noticiar acontecimentos violentos. Embora o guia tenha sido elaborado na sequência dos trágicos incêndios que atingiram Portugal em 2017, as suas orientações são aplicáveis à cobertura dos mais diversos acontecimentos que encerrem um elevado grau de violência.

O workshop baseou-se em exemplos práticos levados a discussão nos dois grupos em que foram divididos os participantes. Depois de mostradas as peças jornalísticas que serviriam de base à reflexão dos grupos, estes discutiram entre si a cobertura efetuada em cada uma das peças. As impressões dos grupos foram depois discutidas em conjunto com a equipa que ministrou o workshop, tendo em conta as orientações que o mencionado guia de boas práticas veio reforçar junto dos órgãos de comunicação social.

A título de exemplo, refira-se alguns dos casos práticos propostos tendo em vista promover o olhar crítico dos participantes sobre a abordagem escolhida e os valores que foram colocados em causa pelos órgãos de comunicação social para noticiar assuntos violentos.

Uma notícia da RTP dada no “Jornal da Tarde” de fevereiro de 2015 sobre o atentado ao jornal satírico francês Charlie Hebdo continha a exibição reiterada dos momentos que antecederam bem como o momento da própria morte de uma pessoa que se encontrava já em posição de vulnerabilidade, ferida e caída sobre o chão, que pede clemência ao seu carrasco e acaba brutalmente executada, com ligeireza e sem qualquer hesitação. Considerou-se que a inclusão destas imagens na peça sobre o brutal atentado que ocorrera pouco incorrem na desvalorização da dignidade da pessoa que ali sucumbiu a um ato bárbaro, banalizando a morte violenta e indo ao encontro da curiosidade mórbida do público pela tragédia. Portanto, não foi acautelado o respeito pela dignidade humana que o n.º 1 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido¹¹ protege e que o n.º 1 do artigo 34.º da mesma lei incentiva.

Um outro caso levado a reflexão dos participantes foi a cobertura em direto pela TVI24 da queda de um ultraleve na praia de S. João da Caparica, em que numa das ligações foi efetuadas uma entrevista em direto ao pai de uma criança que acabava de morrer na sequência do acidente que resultou na morte de um adulto também.

Neste caso, os principais valores em causa na cobertura jornalística foram a dignidade das pessoas (exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física); perturbar a dor das pessoas e a reserva da intimidade da vida privada (o luto como momento integrante da intimidade das pessoas).

Um dos aspetos mais interessantes de discutir com os presentes no workshop seria o facto de aquele pai ter solicitado, quase em tom de exigência, a palavra à repórter para expor a sua posição naquele momento e em direto.

Foi exposto aos presentes no workshop que é entendimento desta entidade reguladora, expresso em várias deliberações, que a exposição de alguém que se encontre em situação de especial fragilidade, através da comunicação social, é suscetível de ferir a sua reserva mais íntima, afetando, desse modo, um dos direitos que integram o leque dos direitos de personalidade, consagrados na Constituição da República Portuguesa e protegidos por lei: o direito à reserva da intimidade da vida privada.

Considerando o disposto nas alíneas d) e h) do n.º 2 do artigo 14.º do Estatuto do Jornalista, não se pode deixar de sopesar a intensidade do momento que é patente na reportagem, demonstrando a própria repórter sinais de fragilidade emocional. Assim sendo, é facto que a repórter deveria, à partida, ter recusado a intervenção em direto do pai da criança falecida e, atendendo à sua necessidade de expor o seu ponto de vista, poderia ter acatado gravar o seu depoimento, remetendo para outro momento a decisão sobre a sua emissão.

A discussão em torno dos casos práticos entre a equipa da ERC que conduziu o workshop e os participantes gerou forte participação e envolvimento, tendo-se cumprido os objetivos subjacentes à atividade, designadamente os limites à liberdade editorial dos órgãos de comunicação social na cobertura de casos que envolvem a morte, tendo sempre como valor intransponível a dignidade humana.

¹¹ Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho, na versão mais recente dada pela Lei n.º 78/2015, de 29/07

c) COMUNICAÇÃO APRESENTADA

No âmbito deste evento do GILM, considerou-se oportuno responder à chamada de apresentações do Congresso, nomeadamente através da proposta de uma apresentação relacionada com o perfil de consumo de media de alunos participantes na já referida 3ª edição do programa de literacia mediática da ERC em escolas integradas no programa “Mediadores para o Sucesso Escolar” da associação EPIS, referente ao ano letivo 2018/2019. Com essa proposta a equipa propunha igualmente relacionar a análise realizada com os três eixos que estiveram em destaque no congresso de 2019: a tecnologia (neste caso procurando perceber quais os aparelhos que os alunos mais utilizam no seu consumo de media), a desinformação (questionando o modo como consomem ou não informação e os comportamentos que adotam quando estão perante conteúdos que lhes colocam dúvidas ou desconfiança) e a ética (explorando os comportamentos que adotam sobretudo quando estão em ambientes online).

Na sequência da prévia aprovação desta proposta pela Comissão Científica do Congresso, no dia 4 de maio de 2019, a equipa da ERC fez a apresentação de resultados no âmbito da mesa nº13 de sessões livres, que teve como título “Os Media em Contexto Escolar I”. Com o título “Ações de literacia mediática do regulador em contexto escolar: consumos de media dos alunos EPIS como orientação futura” a apresentação teve uma duração de cerca de 10 minutos, em que se começou por fazer um enquadramento geral do protocolo estabelecido entre o regulador e o programas daquela associação, bem como um retrato global do número de ações realizadas e uma breve explicação sobre o tipo de sessões realizadas junto das escolas participantes.

Depois desse primeiro momento de enquadramento e partilha das práticas do regulador no contexto do trabalho com as escolas EPIS, a maior parte da apresentação foi centrada na apresentação de alguns dos resultados alcançados através da aplicação do questionário “Consumos de media dos alunos de escolas participantes nas ações de sensibilização do programa de literacia mediática da ERC em escolas EPIS “ 12 (que se disponibiliza em anexo) a que responderam um total de 53 alunos, 30 da EB 2,3 D. Fernando II (de Sintra) e 23 da EB2,3 Nun’Álvares (do Seixal)¹³. De referir que a maior parte desses alunos tinha 14/15 anos e frequentava o 9.º ano de escolaridade, sendo que 30 eram rapazes e 23 raparigas. É igualmente de sublinhar que as respostas foram recolhidas de forma a garantir o anonimato dos participantes e o respeito pela Lei da Proteção de Dados.

Em termos de estrutura, o questionário foi organizado em dois grandes grupos de questões: I) Consumos de meios de comunicação; II) Internet: práticas e comportamentos. Em jeito de síntese refiram-se neste ponto alguns dos resultados evidenciados durante a apresentação:

- No que diz respeito à frequência de consumo dos diferentes media:
- 49,1% dos alunos respondeu que quase nunca lia revistas/jornais, sendo que apenas quatro dos 53 alunos afirmaram que o faziam todos ou quase todos os dias;

¹² De referir que o questionário, previamente à sua realização, foi sujeito à análise e a aprovação da equipa responsável pela Monitorização de Inquéritos em meio escolar da Direção-Geral de Educação.

¹³ Pela dificuldade e obter as declarações de consentimento necessária no tempo definido para a tarefa foram obtidos questionários de duas das escolas participantes na terceira edição.

- 26,4% dos alunos afirmou consumir rádio todos os dias, sendo que uma percentagem idêntica disse que nunca o fazia e 20,8% que quase nunca o fazia;
- 45,3% afirmou ver TV todos os dias, sendo que 7,5% respondeu que quase nunca via;
- 90,6% afirmaram que navegavam na Internet todos os dias, sendo que os restantes afirmaram que o faziam quase todos os dias.
- Em linha com os dados referentes aos consumos de cada um dos diferentes media, **81,1% dos alunos responderam que a internet é o media que lhes faz mais falta diariamente, sendo de notar que 15,1% destacaram televisão.**
- Questionados sobre se costumam conversar com alguém sobre os conteúdos que consomem nos diferentes meios de comunicação 96,2% disseram que o faziam, sendo que 64,2% afirmou conversar com familiares, 94,3% com amigos e colegas e 20,8% também indicou falar com professores.
- Foi igualmente perguntado quais os comportamentos mais usuais que têm perante as seguintes situações, sendo que os resultados mais destacados são:
- **Quando ficam interessados em alguns assuntos que ouviram/leram/viram nos media**, 47,2% afirmaram que só se for mesmo importante é que procuram, sendo que 43,2% disseram que às vezes o fazem.
- **Quando ficam com dúvidas em relação a algo que consumiram nos media**, 67,9% afirmou que apenas às vezes procurava mais informação;
- **Quando não acreditam em algo que leram/viram ou ouviram nos media**, 45,3% respondeu que geralmente não pensava mais no assunto.
- **Relativamente ao consumo de notícias, 75,5% responderam afirmativamente, sendo que a televisão e a internet surgem como os media preferidos para o fazer.**
- O **Instagram, WhatsApp e Youtube** foram citados pelos alunos como sendo as suas plataformas digitais preferidas. Apenas seis alunos afirmaram ser criadores de conteúdos que partilhavam no Youtube.
- Quanto questionados sobre os aparelhos (computadores, smartphones, tablets, ...) que utilizavam para consumir conteúdos online, **96,2% destaca o smartphone pessoal.**
- Confrontados relativamente à seguinte lista de atividades possíveis de serem realizadas online, destacam-se as percentagens mais expressivas quer a resposta seja sim ou não, bem como aquelas em que as respostas se dividiram:

Fig. 8 - Lista de atividades possíveis de serem realizadas online – Respostas dos alunos inquiridos

Atividades	Sim	Não
Jogar	84,9%	
Ver filmes/séries/desenhos	92,5%	
Ler notícias	58,5%	41,5%
Pesquisar informação para trabalhos da escola	88,7%	
Encontrar pessoas/amigos	88,7%	
Fazer download de programas/aplicações úteis	81,1%	
Fazer trocas, compras ou vendas		77,4%
Falar com amigos/familiares no chat	100%	
Receber e enviar e-mails	71,7%	
Publicar conteúdos feitos por mim (vídeos, fotos, músicas, mensagens escritas)	69,8%	
Partilhar vídeos /música / fotos/ mensagens escritas por amigos	62,3%	
Partilhar vídeos /música / fotos/ mensagens escritas por influenciadores	58,5%	41,5%
Ouvir/ver vídeos de música (ex: Youtube)	96,2%	
Ver vídeos que ensinam a fazer coisas (jogar, dançar, cozinhar)	88,7%	
Ver blogs/vlogs feitos por amigos		73,6%
Ver blogs/vlogs feitos por influenciadores digitais/celebridades	64,2%	
Ver páginas pessoais de amigos nas redes sociais	83%	
Ver páginas de figuras públicas nas redes sociais	73,6%	
Ver publicidade e/ou consultar preços, características de produtos, etc.	66%	
Responder a testes		62,3%
Aderir a grupos sobre assuntos que te interessam	43,4%	56,6%
Partilhar interesse/ ida a eventos	49,1%	50,9%

- Quando inquiridos a respeito da frequência com que tinham os seguintes comportamentos online o retrato alcançado é o que se espelha em seguida.

Fig. 9 - Comportamentos online – Respostas dos alunos inquiridos

Comportamentos	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	É raro	Nunca	Não responde
Denunciar um conteúdo ofensivo (em que há preconceito, ódio e/ou racismo)	24.5%	11.3%	18.9%	34.0%	9.4%	1.9%
Escrever comentários/posts com palavrões/linguagem obscena	3.8%	3.8%	9.4%	32.1%	49.1%	1.9%
Duvidar se uma publicação é verdadeira	17.0%	34.0%	37.7%	9.4%	0.0%	1.9%
Se souber/desconfiar que uma publicação é falsa procuro denunciar	17.0%	11.3%	22.6%	20.8%	26.4%	1.9%
Utilizar informação para fazer um trabalho e indicar no trabalho onde a fui buscar	28.3%	30.2%	18.9%	9.4%	11.3%	1.9%
Recusar ver publicidade	45.3%	32.1%	11.3%	3.8%	3.8%	3.8%
Partilhar histórias /posts com informação sem verificar se essa informação é verdadeira	11.3%	13.2%	35.8%	17.0%	20.8%	1.9%
Publicar vídeos em que mostras/identificas amigos/colegas/outras pessoas sem lhes pedir	13.2%	24.5%	7.5%	7.5%	43.4%	3.8%
Partilhar vídeos em que mostras/identificas amigos/colegas/outras pessoas sem lhes pedir	15.1%	24.5%	9.4%	5.7%	43.4%	1.9%
Publicar vídeos/fotos/comentários	28.3%	34.0%	18.9%	7.5%	9.4%	1.9%
Fazer comentários online sem me identificar	9.4%	9.4%	9.4%	15.1%	52.8%	3.8%
Aceitar pedidos de amizade de pessoas que não conheço pessoalmente	13.2%	18.9%	24.5%	13.2%	28.3%	1.9%
Dar acesso ao meu perfil pessoal em redes sociais para aceder a algum site/aplicação	3.8%	13.2%	5.7%	13.2%	62.3%	1.9%
Recusar identificar-me no primeiro acesso	26.4%	20.8%	13.2%	17.0%	17.0%	5.7%
Recusar dar informação pessoal	32.1%	30.2%	26.4%	7.5%	1.9%	1.9%
Recusar dar informação sobre localização geográfica (divulgar onde vou ou partilhar informação com localização de outras pessoas)	45.3%	11.3%	26.4%	5.7%	9.4%	1.9%
Tento conhecer as políticas de privacidade, restrições aos conteúdos publicados e de direitos de autor dos serviços/sites/aplicações	17.0%	9.4%	35.8%	24.5%	11.3%	1.9%
Reler antes de publicar	41.5%	32.1%	17.0%	1.9%	5.7%	1.9%

- Dos 53 alunos que aceitaram participar, três afirmaram que já se tinham sentido expostos na Internet, mas indicaram que tinham conseguido resolver a situação.

Uma apreciação global dos resultados desta análise exploratória permitiu confirmar a hipótese inicial de que o foco do interesse destes alunos em termos de consumos de media estaria maioritariamente direcionado para a Internet e os seus conteúdos, nomeadamente as redes sociais como o Instagram, as plataformas de partilha de vídeo (sobretudo o YouTube) e a utilização do WhatsApp¹⁴. Algumas das características

14 À data do inquérito não foi questionada a utilização por parte dos alunos do TikTok, uma aplicação de partilha e visionamento de vídeos de curta duração, que, em resultado do isolamento social, tem vindo a

presentes nesta pequena amostra analisada pela ERC vão ao encontro de tendências que têm vindo a ser evidenciadas em vários estudos, como é o caso dos relatórios “Children and parents: Media use and attitudes report” referentes a 2018 e 2019 publicados pelo Ofcom. Em ambos os relatórios, relativamente ao grupo de menores com idades entre os 12 e os 15 anos, é observado que acima de 80% têm o seu próprio smartphone, bem como é frequente o consumo de conteúdos do Youtube.

No caso dos media tradicionais, o grupo analisado também revelou maior apetência pela televisão, sendo que os media impressos quase não foram mencionados, o que é um dado relevante e a ter em conta, pelo desafio que representa, na preparação de ações de literacia baseadas nesses media que sejam perspetivadas com o intuito de ser dinamizadas junto destas faixas etárias.

d) POSTER APRESENTADO

Conforme já referido, outra das formas de participação da ERC no V Congresso Literacia, Media e Cidadania foi através da apresentação do poster “Rigor informativo e isenção nos canais generalistas com emissão em sinal aberto – Uma análise aos noticiários de horário nobre (2015-2017)”.

Considerou-se que essa seria uma temática pertinente e relevante para levar à reflexão no referido congresso, pois um dos eixos temáticos centrais desse congresso foi precisamente o da desinformação que, em última análise, está no extremo oposto aos princípios que definem o dever de rigor informativo a que os órgãos de comunicação social regulados pela ERC estão obrigados em matéria de informação.

Partindo do trabalho de monitorização sistemática (realizado anualmente) dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC e TVI, foram selecionados para análise os três anos mais recentes (por referência à data em que o poster foi produzido) e apresentados os principais resultados de acordo com os quatro



Fig. 10 - Imagem do poster apresentado pela ERC no V Congresso Literacia, Media e Cidadania - Tecnologia, Desinformação e Ética

afirmar-se. De notar que nas perguntas abertas realizadas também nenhum dos alunos fez referência à referida plataforma.

eixos de análise têm sido considerados na verificação do respeito pelos deveres de rigor informativo e isenção:

- Separação entre informação e opinião
- Atribuição e identificação das fontes de informação
- Respeito pelo princípio do contraditório
- Objetividade jornalística (por oposição ao sensacionalismo)

Através dos dados destacados nesse poster, a ERC procurou contribuir para demonstrar que o respeito pelo rigor informativo e a isenção é um dos caminhos que órgãos de comunicação social não devem negligenciar como forma de contribuir para o combate contra o fenómeno da desinformação. Além disso, foi igualmente uma oportunidade para dar a conhecer aos participantes do congresso esta dimensão da atividade do regulador, ou seja, a da monitorização sistemática de alguns dos serviços noticiosos de maior audiência exibidos em sinal aberto.

7 DIAS COM OS MEDIA 2019 (7ª EDIÇÃO)

a) BREVE SÍNTESE

Como vem sendo habitual, o GILM inclui no seu calendário anual a promoção da já referida operação **7 dias com os Media** que ocorre sempre na semana entre 3 e 9 de maio. Recorde-se que esta iniciativa é aberta a todas as pessoas individuais ou coletivas, que a ela se queiram associar submetendo projetos, desde que efetuem o seu registo.

Esta sétima edição contou com o registo de 37 iniciativas realizadas por estabelecimentos de ensino superior (28), escolas básicas e secundárias (6), instituições públicas (2), bibliotecas (1). As iniciativas podem ser consultadas em <http://www.7diascomosmedia.pt/iniciativas-2019/>. Permanecem em arquivo, por se considerar que podem servir de recurso a outros projetos/iniciativas.

Considerando que a ERC esteve envolvida enquanto coorganizadora do V Congresso Literacia, Media e Cidadania, os seus recursos técnicos e humanos alocados ao projeto de Literacia Mediática foram mobilizados sobretudo para essa iniciativa. Ainda assim, é de salientar que na semana dos 7 Dias com os media 2019:

- No dia 7 de maio foi realizada uma sessão baseada na já referida ação “Desinformação nas notícias” junto de alunos do ensino secundário da Escola Básica e Secundária Gil Vicente, em Lisboa.
- Foi propositadamente agendada para 9 de maio, último dia da operação 7 dias com os media, a visita dos alunos da EB Alto dos Moinhos à Rádio MegaHits.

3. TRABALHO A NÍVEL INTERNACIONAL

3.1 PARTICIPAÇÃO NA SEMANA EUROPEIA DA LM

A ERC esteve presente na European Media Literacy Week¹⁵ [Semana Europeia da LM] que decorreu em Bruxelas entre 18 e 22 de março de 2019. Esta iniciativa europeia incluiu diversos eventos, tendo a ERC estado representada em três deles.

ERGA ACADEMY

O ERGA – European Regulators Group for Audiovisual Media Services organizou a 18 de março uma sessão no âmbito da ERGA Academy que focou a discussão em torno dos desafios colocados pelas eleições para o Parlamento Europeu que decorreriam em maio e o papel dos reguladores na promoção do jornalismo de qualidade e da literacia mediática.

O evento compôs-se de duas sessões de exposição e debate e uma apresentação de abertura da responsabilidade do Parlamento Europeu intitulada “EP elections – why should we all care?” [Eleições para o PE – Por que devemos todos preocupar-nos?] em que a oradora Sara Ahnborg fez uma antevisão do ato eleitoral para o Parlamento Europeu que estava para acontecer e expôs alguns recursos disponíveis para monitorização dos media e da desinformação.

Seguiu-se o primeiro painel de oradores que compôs primeira sessão de discussão e decorreu sob o título “Regulators’ experience during elections period” [A Experiência dos Reguladores em Períodos Eleitorais]. Integraram o painel Francesco Sciatichitano, da AGCOM, o regulador italiano, Frédéric Bokobza, do CSA França, Adam Baxter, do Ofcom e Urska Umek, do Conselho da Europa.

Foram discutidos os maiores desafios e ameaças enfrentados pelos Estados-Membros nos atos eleitorais mais recentes e a forma como os reguladores lidaram com essas questões. Ao mesmo tempo, a ação do Conselho da Europa neste âmbito foi chamada à discussão visando compreender se as medidas regulatórias existentes neste âmbito são úteis, ou se outras deveriam ser concebidas e aplicadas. Esta avaliação teve em vista as eleições para o Parlamento Europeu que se realizariam dois meses depois, em maio, retirando ilações sobre o que os reguladores já aplicavam e sobre possíveis melhorias da ação, tendo em vista eleições mais seguras e protegidas de influências externas, como por exemplo, campanhas de desinformação.

A segunda sessão decorreu durante a tarde sob o tema “Regulators’ role in promoting quality journalism and media literacy” [O papel dos reguladores na promoção do jornalismo de qualidade e da literacia mediática].

O mote desta sessão foi dado pela presidente do ERGA, Celene Craig (BAI – regulador da República da Irlanda) com a apresentação de um relatório do ERGA sobre o papel e as abordagens dos reguladores à LM. Para se debruçar sobre a temática esteve presente um painel composto por Stephanie Comey, do BAI, Lubos Kublis, dirigente do ERGA e

¹⁵ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week-2019>

representante do RVR, regulador eslovaco, Sonia Livingstone, investigadora e James Ball, jornalista.

A sessão incluiu uma apresentação inicial sobre o tema por parte de cada elemento do painel e a reflexão dos presentes sobre as formas de promover a LM e o tipo de ferramentas e recursos que deveriam ser disponibilizados pelas autoridades públicas e reguladores tendo em vista preparar melhor os cidadãos. Considerando o jornalismo de qualidade como um pré-requisito para a LM, os oradores debateram também de que forma e em que medida deveriam as autoridades públicas apoiar o jornalismo de qualidade e como é que esse apoio poderá ser compatível com a garantia de independência do jornalismo.

a) HIGH-LEVEL CONFERENCE: INFORMED CITIZENS IN THE DIGITAL AGE

Ainda no âmbito da European Media Literacy Week decorreu a 19 de março uma conferência de alto nível sob o tema “Cidadãos Informados na Era Digital” que consistiu num intenso programa de painéis de discussão, sessões de testemunhos sobre projetos e iniciativas inspiradores na área da LM em diversos Estados-membros e sessões de pitching para atribuição de prémios¹⁶ a projetos de LM.

Os oradores presentes nos três painéis de discussão pertenciam dos mais diversos quadrantes, desde instituições políticas, academia, media, plataformas de reguladores, plataformas online e redes sociais.

O primeiro painel, que juntou representantes da EPRA – European Platform of Regulatory Authorities, ERGA, UNESCO, Parlamento Europeu e dois grupos de media, tentou responder à questão colocada no título da sessão: “Which role for public authorities in supporting public journalism and fostering media literacy skills among citizens?” [Que papel para a autoridades públicas no apoio ao jornalismo de qualidade e na promoção das capacidades de LM entre os cidadãos?].

O primeiro painel da tarde, depois da comunicação de abertura feita por James Ball, jornalista, a reflexão visou dar resposta à questão : “Quality Media and Media Literacy tools: which roles and perspectives for stakeholders, and civil society in the digital environment? [Qualidade dos media e recursos de LM: que papel e perspetivas para os stakeholders e a sociedade civil em ambiente digital?]. Expuseram os seus pontos de vista representantes dos media (The Guardian e RTL), do Facebook, de uma escola de jornalismo (LUISS) e de um verificador de factos (Lie Detectors).

No último painel, Pascal Vrebos, da Universidade Livre de Bruxelas fez a intervenção de lançamento para a discussão que se seguiu em torno do tema “Sustaining media innovation and diversity in the digital age: how to harness the potential of technology to engage audiences and ensure media pluralism?” [Apoiar a inovação e diversidade dos media na era digital: como emparelhar o potencial da tecnologia para atrair audiências com o pluralismo dos media?]. A debater esta questão estiveram elementos dos media (AFP, Telegraaf Media Groep), jornalistas e um académico da área do Pluralismo e Liberdade dos Media.

¹⁶ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/winners-european-media-literacy-awards>

b) JOINT MEETING OF THE AVMSD CONTACT COMMITTEE AND OF THE MEDIA LITERACY EXPERT GROUP

Por fim, a 20 de março, a ERC esteve também representada na reunião conjunta do Comité de Contacto da AVMSD (Audiovisual Media Services Directive), cuja transposição da revisão continua a ser elaborada pelos Estados-Membros, e do Grupo de Especialistas em LM. Esta reunião teve como objetivo levar a debate e explorar possíveis medidas que possam potenciar a LM em toda a Europa. A segunda parte da reunião, apenas entre os membros do Comité de Contacto, foi destinada à discussão da transposição da Diretiva no que concerne à LM.

Especialistas e representantes dos Estados-membros mostraram preocupação com a dificuldade de criar pontos comuns para uma LM semelhante em toda a UE, dado que as diferenças entre países são de variada ordem, inclusivamente culturais.

No que toca transposição da Diretiva, delegados de diferentes países salientaram a complexidade da transposição de aspetos nela previstos, como por exemplo, as competências dos reguladores em áreas como a LM.

3.2 OUTRAS REUNIÕES INTERNACIONAIS QUE FOCARAM A LM EM QUE A ERC ESTEVE PRESENTE

No dia 2 de maio de 2019, em Málaga, a ERC, o regulador da Andaluzia (CAA – Consejo Audiovisual de Andalucía), o regulador da Catalunha (CAC - Consell de l'Audiovisual de Catalunya) e o regulador espanhol de âmbito nacional CNMC – Comisión Nacional de Los Mercados y la Competencia participaram no encontro de Reguladores Ibéricos (a denominada CICA - Conferencia Ibérica de Consejos Audiovisuales) que teve como um dos pontos de agenda a partilha de iniciativas e ações de promoção da alfabetização mediática¹⁷.

Também em maio de 2019, entre os dias 30 e 31, a ERC esteve representada em Sarajevo para participar na 49ª Reunião Plenária da EPRA, tendo estado presente na sessão paralela dedicada ao Grupo de Trabalho sobre Literacia Mediática, cujo encontro se realizou na tarde de dia 30.

Este encontro criou a oportunidade para se fazer um balanço em relação ao trabalho realizado desde 2018 pelo grupo de trabalho da EPRA criado nesse ano para a área da Literacia Mediática e da Informação, bem como sobre o seu investimento na semana europeia da literacia mediática de 2019. A sessão paralela dedicada a este subgrupo esteve diretamente relacionada com o tema da sessão plenária 1 que explorou a temática da proteção dos menores no mundo online, nomeadamente os instrumentos ao alcance dos reguladores dos media para lidarem com os conteúdos potencialmente problemáticos para os mais novos. No encontro, reguladores de vários países (Sérvia, Croácia, Finlândia, Macedónia, Bósnia e Herzegovina, Geórgia, Irlanda, Grã-Bretanha)

¹⁷ De notar que quer o CAC, quer ao CAA são dois reguladores que ao longo dos anos têm vindo a investir na promoção da alfabetização mediática dos cidadãos, nomeadamente através de projetos exclusivamente dedicados a melhorar a sua aquisição de competências nesta área.

tiveram a oportunidade de apresentar e partilhar os desenvolvimentos do seu trabalho nesta área.

Já em outubro, no dia 24, este subgrupo de trabalho da EPRA teve oportunidade de se reunir novamente, no âmbito da 50ª. Reunião Plenária da EPRA, que decorreu em Atenas. Uma vez mais a agenda da reunião plenária da EPRA colocou em destaque na sua sessão plenária 1 o debate em torno da proteção de menores no mundo online, neste caso com o foco a recair sobre os desafios comuns que se colocam à regulação dos media e à proteção de dados (notando o papel da literacia mediática e da informação).

Neste encontro do subgrupo da EPRA ligado à literacia mediática foram apresentados desenvolvimentos do trabalho do regulador norueguês (nomeadamente a sua campanha de combate às fake news e uma pesquisa em relação aos níveis de literacia mediática da sua população), bem como do CAC, nomeadamente sobre o seu programa EduCAC¹⁸, assim como sobre a submissão do projeto Edumediatest, em que, conforme será referido adiante, a ERC surge como parceira, representando Portugal.

3.3 RESPOSTA A QUESTIONÁRIO DO RIRM SOBRE LM

Em novembro de 2018, durante a sua vigésima Assembleia Plenária, a plataforma RIRM - Réseau des Instances de Régulation Méditerranéennes (em português, Rede de Reguladores do Audiovisual do Mediterrâneo, da qual a ERC faz parte), **aprovou a criação de um grupo de trabalho sobre literacia mediática.**

Em abril de 2019, este grupo de trabalho (liderado pelos reguladores dos media croata e catalão) enviou a todos os membros da RIRM **um questionário que teve como principal objetivo recolher e compilar informações sobre as abordagens e projetos que cada um tem vindo a desenvolver no campo da educação para os media**¹⁹. O intuito seria, a partir das respostas obtidas, definir estratégias comuns para a implementação de iniciativas de literacia mediática na área do Mediterrâneo.

A ERC submeteu a sua resposta baseando-se fundamentalmente no trabalho que tem vindo a desenvolver nesta área, assim como no conhecimento que tem das iniciativas e projetos desenvolvidos neste campo, privilegiando aqueles que conhece melhor. Fazendo referência a alguns exemplos mencionados, foi dado destaque à operação “Sete Dias com os Media” (que, recorde-se, teve em 2019 a sua 7ª edição), ao Projeto de Formação de Professores que tem sido dinamizado pelo Sindicato dos Jornalistas e o Ministério da Educação e, no caso da própria ERC, ao já referido protocolo de cooperação a três anos celebrado entre a ERC e a associação EPIS. Nas respostas ao questionário foi igualmente evidenciado o papel do GILM, bem como de documentos fundamentais para a inclusão das temáticas de literacia mediática no currículo escolar, como é o caso de

¹⁸ Projeto em que o regulador catalão disponibiliza recursos educativos para escolas do ensino básico e secundário, bem como para as famílias, com o objetivo de promover um pensamento crítico em relação aos conteúdos dos media, bem como um uso responsável dos dispositivos móveis.

¹⁹ Já em 2020 a ERC, na qualidade de membro da plataforma, teve acesso aos dados preliminares resultantes da aplicação deste questionário. Os mesmos não são revelados neste Relatório pois os mesmos ainda serão alvo de análise e apresentação detalhada em futura Assembleia Plenária do RIRM, que, devido à Pandemia de COVID-19, tem sido adiada.

Referencial de Educação para os Media²⁰ e do Perfil do aluno à saída da escolaridade obrigatória²¹.

3.4 INÍCIO DA COLABORAÇÃO NO PROJETO EDUMEDIATEST

Ainda no que diz respeito à cooperação de âmbito internacional em termos de literacia mediática é de salientar a integração da ERC na equipa do **projeto EDUMEDIATEST - An interactive tool for evaluation and training**, cuja coordenação está a cargo do Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

Este projeto, que em 2019 teve o seu período de preparação, submeteu uma candidatura ao concurso de financiamento de projetos “Media Literacy for all” da Comissão Europeia. No final de fevereiro de 2020 foi notificado com um dos cinco vencedores entre os 17 projetos a concurso. Em termos de calendário, durante os meses de julho e agosto o projeto estará numa fase de tarefas preparatórias, sendo que o seu arranque está marcado para 1 de setembro de 2020.

SOBRE O PROJETO

Tal como o próprio nome indica, o seu principal objetivo será o desenvolvimento de **uma ferramenta digital interativa** (sob a forma de um website de acesso gratuito) que permita uma dupla possibilidade: servir como ferramenta de avaliação/medição do grau de literacia mediática (a partir de competências estruturadas em diferentes dimensões) mas também como ferramenta de formação. O objetivo final é que, depois do projeto concluído, esta ferramenta esteja a funcionar adequadamente em diferentes línguas e que, nessa medida, possa servir de recurso a educadores e professores em diferentes países e contextos. Através dos dados que a mesma possa vir a permitir alcançar, é igualmente expectável que se consigam adotar/desenvolver políticas públicas na área da literacia mediática.

Sendo um projeto de desenvolvimento de uma ferramenta é de sublinhar que o modelo teórico que lhe serve de base tem vindo a ser trabalhado há vários anos de uma equipa de investigadores de diferentes países liderada por Joan Ferrés, especialista em comunicação audiovisual e educação.

Em termos de composição, o projeto conta com a colaboração de **oito parceiros**. Além do regulador catalão e da ERC, o projeto integra a Universitat Pompeu Fabra (de Barcelona), o CSA - Conseil Supérieur de l'Audiovisual (regulador francês), a AEM - Agency for Electronic Media (regulador croata), a RVR – Council for Broadcasting and Retransmission (regulador da Eslováquia), o Dublin West Education Centre e o National Centre of Audiovisual Media and Communication - EKOME S.A. .

²⁰O documento pode ser consultado em: https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ficheiros/referencial_educacao_media_2014.pdf.

²¹ Disponível para consulta em https://dge.mec.pt/sites/default/files/Curriculo/Projeto_Autonomia_e_Flexibilidade/perfil_dos_alunos.pdf.

Aos diferentes parceiros - que em termos de diversidade geográfica representam oito países europeus - **Espanha, Portugal, França, Irlanda, Croácia, Grécia e Eslováquia** – caberá implementar e testar a ferramenta criada num mínimo de 35 escolas.

4. BREVE ANTEVISÃO DAS ATIVIDADES 2020

Em 2020 a ERC pretendia continuar a reforçar a sua ação na área da LM. No entanto, as circunstâncias alteraram-se de forma inesperada com a situação gerada pela pandemia de COVID-19 que também atingiu o País. Não obstante, contam-se já alguns projetos que virão a ser detalhados no relatório correspondente.

Desde logo, mencione-se o lançamento pelo Secretário de Estado do Cinema, Audiovisual e dos Media de trabalhos conducentes à elaboração de um kit de LM que vise o combate à desinformação. Esta iniciativa governamental conta com a participação do GILM e da ERC, entre outras entidades, e pretende dotar os educadores de recursos que facilmente possam ser aplicáveis, tendo em vista desenvolver o espírito crítico face à informação que chega por via de plataformas online de forma a dotar os mais novos de ferramentas que lhes permitam ser menos permeáveis à desinformação.

O ano 2020 será também marcado pelo início do já mencionado projeto internacional EDUMEDIATEST. A primeira fase de implementação deverá ocorrer a partir de setembro.

O confinamento que se verificou no País coincidiu com a realização da 8.ª edição da iniciativa anual 7 Dias com os Media que decorreu na semana de 3 a 9 de maio. O encerramento das escolas e o distanciamento social levaram à adaptação da iniciativa que este ano adotou a designação de 7 Dias com o Media Sem Sair de Casa. Assim apelou-se a que, a partir de casa, pelas famílias ou em interação online de professores com os seus alunos, alunos com outros colegas de escola, de universidade, membros de associações, vizinhos, órgãos de comunicação social, criassem ou aderissem a alguma atividade enquadrada na iniciativa. Foram promovidas diversas atividades relacionadas os temas da Desinformação e Fake News e da Segurança Online, dado que a situação de pandemia provocou diversas mudanças na vida das pessoas, ao mesmo tempo que as incertezas e o desconhecimento relativamente à própria doença potenciaram o recrudescimento de desinformação e a intensificação do uso de tecnologias lançou desafios à cibersegurança online.

Apesar das mudanças provocadas pela pandemia, a ERC não deixou de levar a cabo iniciativas de LM, ainda que de forma adaptada.

ANEXOS

Modelo de ficha utilizada na dinamização do *workshop* sobre a cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades, realizado na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia da Universidade de Lisboa:

ERC – WORKSHOP LITERACIA MEDIÁTICA BASEADO NO GUIA DE BOAS PRÁTICAS PARA A COBERTURA INFORMATIVA DE INCÊNDIOS FLORESTAIS E OUTRAS CALAMIDADES

VII Semana de Comunicação, Artes e Tecnologia - 18 de março de 2019 - Semana Europeia da Literacia Mediática





Desafio: Analisar os cinco primeiros dias da cobertura informativa dos incêndios de Pedrogão Grande de junho de 2017 a partir das Primeiras Páginas de cinco jornais nacionais de informação geral

Dados do participante:
 M F Idade: _____ Aluno Professor Outro _____
 Licenciatura em Comunicação: CC&C CA: M,P&RP C&J Outras _____
 Ano: _____

Relativamente a cada um dos elementos que compõem a 1ª página coloque um X sempre que considerar que se verifica algum dos incumprimentos em avaliação.

	Incumprimentos avaliados	Título principal	Imagem principal	Outros elementos textuais	Outras imagens	Combinação de todos os elementos
1º dia - 18 de junho	Falhas de rigor					
	Falhas de objetividade					
	Falhas de isenção					
	Sensacionalismo					
	Desrespeito pelas vítimas					
	Desrespeito por outras pessoas vulneráveis					
	Probabilidade de chocar/impressionar					
	Outras falhas					
	Outras falhas					
2º dia - 19 de junho	Falhas de rigor					
	Falhas de objetividade					
	Falhas de isenção					
	Sensacionalismo					
	Desrespeito pelas vítimas					
	Desrespeito por outras pessoas vulneráveis					
	Probabilidade de chocar/impressionar					
	Outras falhas					
	Outras falhas					
3º dia - 20 de junho	Falhas de rigor					
	Falhas de objetividade					
	Falhas de isenção					
	Sensacionalismo					
	Desrespeito pelas vítimas					
	Desrespeito por outras pessoas vulneráveis					
	Probabilidade de chocar/impressionar					
	Outras falhas					
	Outras falhas					



26 de junho	Incumprimentos avaliados	Título principal	Imagem principal	Outros elementos textuais	Outras imagens	Combinação de todos os elementos
	Falhas de rigor					
	Falhas de objetividade					
	Falhas de isenção					
	Sensacionalismo					
	Desrespeito pelas vítimas					
	Desrespeito por outras pessoas vulneráveis					
	Probabilidade de chocar/impressionar					
	Outras falhas					
Falhas de rigor						
Falhas de objetividade						
Falhas de isenção						
Sensacionalismo						
Desrespeito pelas vítimas						
Desrespeito por outras pessoas vulneráveis						
Probabilidade de chocar/impressionar						
Outras falhas						
						
Falhas de rigor						
Falhas de objetividade						
Falhas de isenção						
Sensacionalismo						
Desrespeito pelas vítimas						
Desrespeito por outras pessoas vulneráveis						
Probabilidade de chocar/impressionar						
Outras falhas						
						
Falhas de rigor						
Falhas de objetividade						
Falhas de isenção						
Sensacionalismo						
Desrespeito pelas vítimas						
Desrespeito por outras pessoas vulneráveis						
Probabilidade de chocar/impressionar						
Outras falhas						
						
Falhas de rigor						
Falhas de objetividade						
Falhas de isenção						
Sensacionalismo						
Desrespeito pelas vítimas						
Desrespeito por outras pessoas vulneráveis						
Probabilidade de chocar/impressionar						
Outras falhas						
						

Questionário - “Consumos de media dos alunos de escolas participantes nas ações de sensibilização do programa de literacia mediática da ERC em escolas EPIS “

Com este questionário gostaríamos de saber mais sobre a tua relação com os seguintes meios de comunicação: **televisão, rádio, jornais e revistas, e, em especial, com a internet.** O tipo de conteúdos que te interessam, as tecnologias que utilizas para chegar a eles, e, no caso da internet, que práticas/comportamentos costumavas ter.

Este questionário é totalmente anónimo, pelo que pedimos que não escrevas o teu nome, nem coloques o teu número de aluno ou outra informação que permita identificar-te. O questionário foi criado pela equipa da ERC que o está a aplicar, a qual será igualmente

responsável pelo tratamento dos dados dele resultantes. As tuas respostas são muito

Apresenta-te:

Estás no programa EPIS: Sim Não

Escola: _____

Idade: ___ anos

Sexo: M F

Ano de escolaridade: ___ ano

importantes! Obrigado por participares!

I - Consumo de meios de comunicação

1. Para cada um dos meios de comunicação diz a frequência com que o utilizas. Coloca um **X** na frequência mais aproximada aos teus hábitos.

Meios	Todos os dias	Quase todos os dias	Às vezes	Quase nunca	Nunca
Televisão					
Rádio					
Jornais/revistas (em papel)					
Internet					

2. Coloca um **X** no meio de comunicação que consideras que te faz mais falta no teu dia-a-dia.

Televisão	Rádio	Jornais/revistas	Internet

3. Costumas conversar com alguém sobre o que vês/lês/ouves nestes meios de comunicação?

Sim Não

- 3.1 Se respondeste sim, põe um **X** nas pessoas com quem conversas. Se escolheres “outras pessoas” diz quem.

Família	Amigos/colegas	Professores	Outras pessoas? Escreve quem.

4. Quando lês/ouves/vês alguma coisa nestes meios de comunicação o que costumavas fazer nas seguintes situações? Assinala com um **X** as tuas respostas.

Situações	Só se for mesmo importante é que procuro mais informação	Às vezes procuro mais informação	Geralmente não penso mais nisso
1 - Fico interessado num assunto que vi/li/ouvi			
2 - Fico com alguma dúvida em relação ao que vi/li/ouvi			
3- Não acredito no que vi/li/ouvi			

5. Na tabela 1 para cada um dos conteúdos diz se costumava ou não consumir colocando um X numa das duas opções (sim ou não). Na tabela 2 identifica com X todos os meios que geralmente utiliza para os consumir.

Tabela 1

Conteúdos	Sim	Não
Informação (telejornais, notícias, reportagens, etc.)		
Séries		
Telenovelas		
Documentários		
Desenhos animados		
Filmes		
Reality Shows		
Concursos		
Talk shows		
Desporto (jogos, magazines)		
Programas de comentário desportivo		
Programas de comentário político		
Música		

Tabela 2

Televisão	Rádio	Imprensa (jornais e revistas em papel)	Internet

Para cada um dos meios indica alguns dos teus conteúdos preferidos (exemplos: pode ser um canal, uma revista ou um jornal, um programa de TV, um canal no Youtube, uma página/site) . Escreve o seu nome à frente do meio em que os podemos encontrar.

Televisão	
Rádio	
Jornais/revistas	
Internet	

Tens acesso a:

Netflix? Sim Não

HBO? Sim Não

Amazon Prime? Sim Não Outro. Quais?

Se respondeste sim, o que preferes

ver? _____

Costumas ler/ouvir/ver as notícias? Assinala a opção adequada com o X. Se respondeste sim responde também às perguntas 8.1 e 8.2. Se respondeste não passa para a pergunta 9.

Sim	Não
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Onde costumavas ler/ouvir/ver as notícias? Assinala com um X as respostas que correspondem ao que costumavas fazer no teu dia-a-dia.

Na televisão	Em jornais (versão papel)	Em revistas (versão papel)	Nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter,...)	Nas páginas dos jornais/revistas na internet
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.2. Quais os assuntos que mais gostas de ver/ouvir/ler nas notícias?

II – Internet: práticas e comportamentos

Se fores utilizador de alguma ou algumas das seguintes plataformas/redes sociais, diz as atividades que costumavas fazer colocando um X.

	Facebook	Instagram	Twitter	WhatsApp	Youtube
Espreitar a página/o canal de amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver a página/o canal de celebridades/ influenciadores digitais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ver a página das marcas preferidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fazer as minhas próprias publicações	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partilhar publicações de amigos/ pessoas que sigo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ler notícias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras atividades. Quais? (indica)	<input type="checkbox"/>				

9.1 Indica a plataforma/rede social em que passas mais tempo?

9.2 Publicas vídeos feitos por ti no Youtube? Sobre que assuntos?

Identifica que equipamentos normalmente utilizas para aceder a conteúdos da internet, colocando um X.

Computador pessoal/de amigos/familiares	Computador da escola	Smartphone pessoal	Smartphone de amigos/familiares	Tablet pessoal	Tablet de amigos/familiares	Outros? Especifica quais.

Das atividades abaixo diz as que costumas e não costumas fazer na internet, assinalando a resposta com um X na coluna correspondente,

Atividades	Sim	Não
Jogar		
Ver filmes/séries/desenhos		
Ler notícias		
Pesquisar informação para trabalhos da escola		
Encontrar pessoas/amigos		
Fazer download de programas/aplicações úteis		
Procurar emprego		
Fazer trocas, compras ou vendas		
Falar com amigos/familiares no chat		
Receber e enviar e-mails		
Publicar conteúdos feitos por mim (vídeos, fotos, músicas, mensagens escritas)		
Partilhar vídeos /música / fotos/ mensagens escritas por amigos		
Partilhar vídeos /música / fotos/ mensagens escritas por influenciadores		
Ouvir/ver vídeos de música (ex:Youtube)		
Ver vídeos que ensinam a fazer coisas (jogar, dançar, cozinhar)		
Ver blogs/vlogs feitos por amigos		
Ver blogs/vlogs feitos por influenciadores digitais/celebridades		
Ver páginas pessoais de amigos nas redes sociais		
Ver páginas de figuras públicas nas redes sociais		
Ver publicidade e/ou consultar preços, características de produtos, etc.		
Responder a testes		

Aderir a grupos sobre assuntos que te interessam		
Partilhar interesse/ ida a eventos		

Outras atividades. Quais?

Assinala com um X na tabela seguinte a frequência com que tens cada um dos comportamentos identificados quando navegas na internet.

Práticas	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	É raro	Nunca
Denunciar um conteúdo ofensivo (em que há preconceito, ódio e/ou racismo)					
Escrever comentários/ <i>posts</i> com palavrões/linguagem obscena					
Duvidar se uma publicação é verdadeira					
Se souber/desconfiar que uma publicação é falsa procuro denunciar					
Utilizar informação para fazer um trabalho e indicar no trabalho onde a fui buscar					
Recusar ver publicidade					
Partilhar histórias / <i>posts</i> com informação sem verificar se essa informação é verdadeira					
Publicar vídeos em que mostras/identificas amigos/colegas/outras pessoas sem lhes pedir					
Partilhar vídeos em que mostras/identificas amigos/colegas/outras pessoas sem lhes pedir					
Publicar vídeos/fotos/comentários					
Fazer comentários <i>online</i> sem me identificar					
Aceitar pedidos de amizade de pessoas que não conheço pessoalmente					
Dar acesso ao meu perfil pessoal em redes sociais para aceder a algum <i>site</i> /aplicação					
Recusar identificar-me no primeiro acesso					
Recusar dar informação pessoal					
Recusar dar informação sobre localização geográfica (divulgar onde vou ou partilhar informação com localização de outras pessoas)					
Tento conhecer as políticas de privacidade, restrições aos conteúdos publicados e de direitos de autor dos serviços/ <i>sites</i> /aplicações					
Reler antes de publicar					

13. *Já te sentiste em perigo/exposto na Internet? Em que situação e o que fizeste para te proteger?*

Obrigada pela tua colaboração!
 Equipa ERC

MEDIA E GÉNERO - PROMOÇÃO DA IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES E COMBATE AOS ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NOS MEDIA

1. VISÃO GLOBAL

A atuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) no combate à discriminação com base no género é orientada pelos seus Estatutos, que a vinculam à proteção de direitos, liberdades e garantias constitucionalmente protegidos. Neste domínio, são objetivos do regulador «promover e assegurar o pluralismo cultural», «assegurar a proteção dos direitos de personalidade individuais»¹ e assegurar o «respeito pelos direitos, liberdades e garantias»².

A legislação setorial (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, Lei da Imprensa, Lei da Rádio) e o Estatuto do Jornalista, a par do Código Deontológico do Jornalista, enquadram, por outro lado, as responsabilidades dos órgãos de comunicação social e dos seus profissionais, quanto à proibição e condenação de práticas jornalísticas discriminatórias em função do sexo e da orientação sexual.

Por outro lado, o reconhecido papel dos órgãos de comunicação social na formação da opinião pública e na construção de identidades individuais e coletivas, é refletido nos vários documentos internacionais, aos quais Portugal se associou, com vista à sua intervenção no combate aos estereótipos de género. A título de exemplo, no plano internacional, a Declaração e Plataforma de Ação de Pequim³, apela ao envolvimento dos governos, da comunidade internacional e da sociedade civil, incluindo as organizações não-governamentais e o setor privado, para desenvolverem ações estratégicas no combate aos estereótipos sobre as mulheres e à desigualdade do acesso e participação destas aos sistemas de comunicação, em particular aos *media*.

A “Estratégia para a Igualdade de Género 2018-2023”, do Conselho da Europa, integra as recomendações contidas na Declaração de Pequim, na Convenção de Istambul⁴ e na recomendação da Comissão para a Igualdade de Género⁵ desenhando como um dos objetivos estratégicos o combate aos estereótipos de género e sexismo através da promoção de uma imagem positiva e não estereotipada de mulheres e homens nos *media* e de uma participação equilibrada de ambos nas posições de liderança das organizações de comunicação social.

¹ Estatutos da ERC, artigo 7.º, alíneas a) e f).

² Estatutos da ERC, artigo 8.º, alínea d).

³ Declaração e Plataforma de Ação de Pequim, aprovada, em 1995, na 4.ª Conferência Mundial sobre as Mulheres, organizada pela ONU, disponível em http://cite.gov.pt/asstscite/downloads/universais/Beijing_Declaration_and_Platform_for_Action.pdf

⁴ <https://rm.coe.int/168046253d>

⁵ <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805a2f35> e mais recentemente a Recomendação CM/Rec(2019)1 do Comité de Ministros aos Estados membro para a prevenção e combate ao sexismo, <https://rm.coe.int/168093b26a>

Os documentos de referência nacionais, em particular os planos contidos na “Estratégia Nacional para a Igualdade e Não Discriminação (2018-2030)”⁶, referem a preocupação com a transmissão de mensagens e imagens estereotipadas do ponto de vista das relações e dos papéis de género, nos conteúdos relacionados com o entretenimento ou publicidade, mas também nos conteúdos informativos.

O plano de ação da ERC para a promoção da igualdade entre homens e mulheres e o combate aos estereótipos de género, formalizado em 2014, decorre das premissas acima descritas e assenta em vários eixos de trabalho, com vista a evidenciar e acompanhar o trabalho dos órgãos de comunicação social.

Esta iniciativa procura dar visibilidade àquelas dimensões, sempre que pertinente, quer através das propostas de **monitorização sistemática de conteúdos televisivos** e do desenvolvimento de **análises específicas** em contexto nacional e em estudos comparativos internacionais, que informam sobre o contributo dos meios de comunicação social na (des)construção das representações de género e de **deliberações submetidas à apreciação do Conselho**.

2. MONITORIZAÇÃO SISTEMÁTICA DE CONTEÚDOS INFORMATIVOS

PROTAGONISTAS E FONTES DA INFORMAÇÃO – IGUALDADE DE TRATAMENTO ENTRE HOMENS E MULHERES

No âmbito da monitorização sistemática de conteúdos informativos, atividade que desenvolve desde 2007, a ERC acompanhou a informação diária de horário nobre⁷ transmitida pelos operadores público (“Telejornal”, RTP1 e “Jornal 2”, RTP2) e privados (“Jornal da Noite”, SIC, “Jornal das 8”, TVI e “CM Jornal 20H”, CMTV).

Entre as várias dimensões consideradas, cujos resultados são apresentados no presente relatório de regulação, no capítulo “Pluralismo e Diversidade nos Serviços de Programas Televisivos: Análise da Informação Diária - RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV” caracterizam-se a diversidade e o pluralismo de protagonistas e das fontes das notícias, do ponto de vista do sexo.

À semelhança de anos anteriores, na amostra de edições considerada, as narrativas jornalísticas dão maior visibilidade a protagonistas homens (74 %), enquanto a presença de mulheres é diminuta (18 %). Esta tendência é comum a todos os operadores. Com efeito, os homens destacam-se em todas as categorias de protagonistas, com exceção da área do ambiente (p. ex. *ativistas ambientais*, em particular Greta Thurnberg), na qual as mulheres representam 62 %.

No conjunto das peças com protagonistas do sexo feminino destacam-se, por ordem decrescente do peso da macro categoria, as representantes da área da *ordem interna* (p. ex. *vítimas*), *política nacional* (p. ex. *secretários gerais e presidentes dos partidos*, nomeadamente Assunção Cristas do CDS-PP e Catarina Martins, do BE), da *sociedade* (p. ex. *cidadãos adultos*) e da *comunidade europeia* (p. ex. *representantes de Estado e de*

⁶ https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2018/07/Resol_Cons_-Ministros_61_2018.pdf

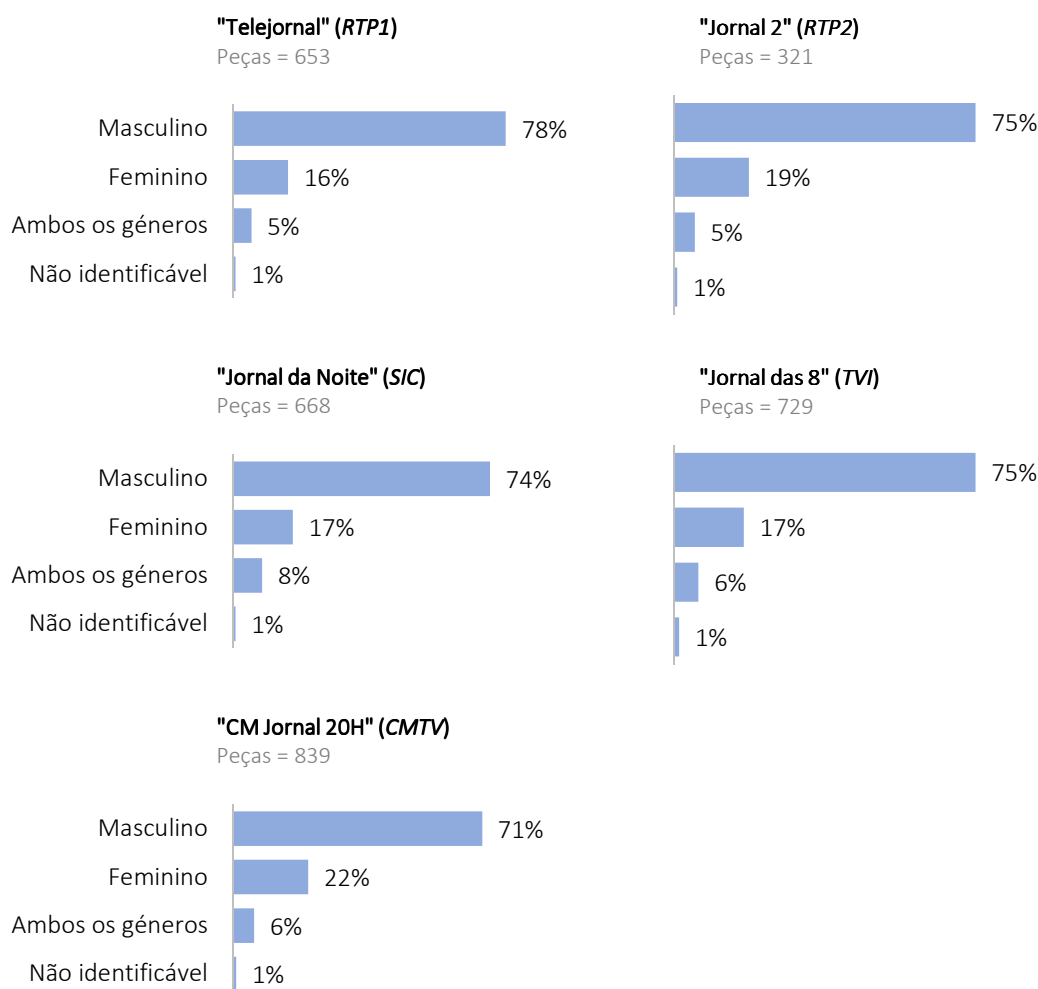
⁷ Os dados resultam da análise de 30 edições dos blocos informativos de horário nobre dos operadores público (RTP1 e RTP2) e privados (SIC, TVI e CMTV).

Governo dos países-membros, em particular Theresa May, primeira-ministra do Reino Unido).

Entre as notícias analisadas que destacam os atores do sexo masculino sobressaem os da área da *política nacional* (entre estes os *secretários gerais e presidentes dos partidos, ministros e Primeiro-Ministro*), *desporto* (p. ex. *atletas e técnicos desportivos*, em particular de futebol) e *ordem interna* (p. ex. *suspeitos de crimes e atos ilícitos e vítimas*).

As peças com protagonistas de ambos os sexos provêm da *sociedade* (p. ex. *manifestantes*) e da *ordem interna* (sobretudo *vítimas*), mas também *acidentes e catástrofes* e da *política nacional*.

Fig. 1 - Sexo dos protagonistas dos noticiários de horário nobre, 2019



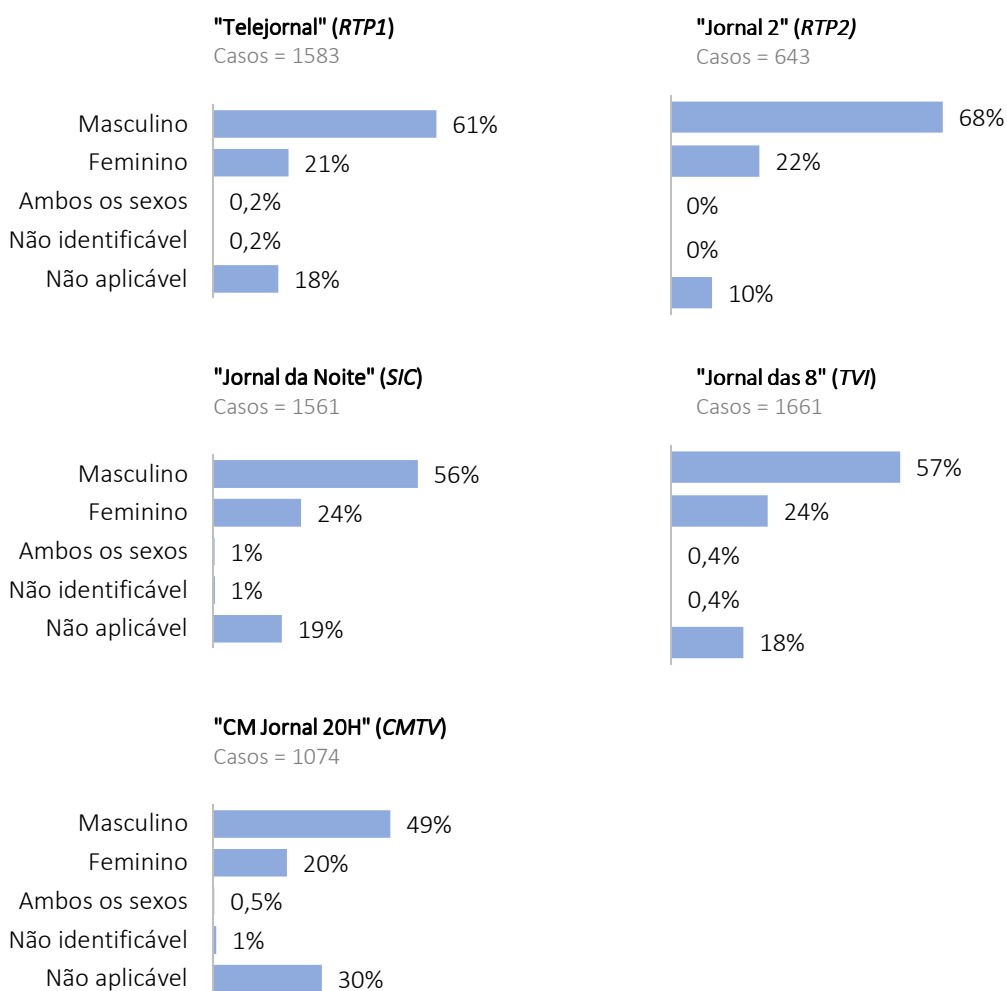
As fontes⁸ consultadas na construção das narrativas mediáticas seguem a mesma tendência que os protagonistas evidenciando-se as de sexo masculino (57%). Entre estas, considerando as macro categorias de análise, predominam as da *política nacional* (p. ex.

⁸ A análise do sexo das fontes considera as cinco primeiras fontes de informação consultadas na peça. A categoria «não aplicável» é empregue sempre que se trate de uma fonte não personificada (p. ex. “o Governo”) ou documental (p. ex. “segundo o Diário de Notícias”).

governo e partidos políticos da oposição parlamentar), sociedade (p. ex. cidadãos adultos e moradores/residentes), ordem interna (p. ex. forças de segurança e bombeiros e proteção civil), comunidade internacional (p. ex. organizações internacionais) e desporto (p. ex. associações e clubes desportivos, em particular através dos seus treinadores e jogadores de futebol) com valores acima dos 10 %.

Já as fontes do sexo feminino representam 22 % das fontes consultadas, destacando-se igualmente nas áreas da sociedade (p. ex. cidadãos adultos, moradores/residentes e familiares), política nacional (p. ex. partidos políticos da oposição parlamentar e governo), e ordem interna (p. ex. vítimas e forças de segurança), sobressaindo ainda nas áreas da economia, finanças e negócios (p. ex. representantes de pequenas e médias empresas e trabalhadores em nome individual) e saúde e ação social (p. ex. serviços de saúde através dos seus dirigentes, utentes e médicos).

Fig. 2 - Sexo das fontes dos noticiários de horário nobre, 2019



A representação de atores e fontes nos blocos informativos observados configura o predomínio do sexo masculino na quase totalidade de assuntos considerados nos alinhamentos dos telejornais, sobretudo dedicados à política nacional e ao desporto, em particular o futebol masculino. Nesse sentido, a ERC tem vindo a sensibilizar os operadores televisivos para diversificarem as temáticas que integram os alinhamentos

dos telejornais de horário nobre, contribuindo para o pluralismo e diversidade de temas, fontes e atores associados.

Por outro lado, apela também à diversificação de atores e fontes, no que ao género diz respeito, em atividades ou contextos sociais em que as *mulheres* estão presentes e que, por norma, continuam a ser representados na informação por *homens*.

COMENTADORES E ESPECIALISTAS – IGUALDADE DE ACESSO ENTRE HOMENS E MULHERES

A presença de comentadores e especialistas de sexo feminino na informação constituiu um dos eixos de análise da promoção da igualdade entre homens e mulheres nos *media*.

Na amostra de edições considerada no acompanhamento da informação diária os espaços de opinião integrados nos alinhamentos dos noticiários de horário nobre, identificados enquanto tal e da responsabilidade dos comentadores convidados, estiveram a cargo de Álvaro Costa e Felisbela Lopes na *RTP2*, Miguel Sousa Tavares e Paulo Portas na *TVI*, Luís Marques Mendes e Manuela Moura Guedes na *SIC*. No ano em análise não se observou a presença de um espaço semelhante nos blocos informativos do “Telejornal” na *RTP1*.

A presença de comentadores e especialistas residentes ou convidados foi sobretudo assegurada por protagonistas do sexo masculino em particular nos assuntos associados à *política nacional, internacional* (p. ex. *crise internacional*) e *européia*, seguindo-se o *desporto* (em particular *futebol*) e a *ordem interna*. As comentadoras e especialistas, com um número reduzido de presenças, são convidadas a intervir sobretudo nas análises da *política europeia e nacional*.

Fig. 3 - Sexo dos comentadores e especialistas nos noticiários de horário nobre, 2019

Comentador/Especialista	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Masculino	8	30	15	25	31
Feminino	1	9	2	2	6
Ambos os sexos	-	-	-	1	1
Total	9	39	17	28	38

Nota: Consideram-se as presenças dos comentadores e especialistas nas peças analisadas em cada edição. No caso dos comentadores responsáveis por espaços de opinião assinados, dando origem a várias unidades de análise da edição, apenas se contabiliza uma presença. Enquadram-se nestes espaços os seguintes comentadores: Álvaro Costa e Felisbela Lopes na *RTP2*, Miguel Sousa Tavares e Paulo Portas na *TVI*, Luís Marques Mendes e Manuela Moura Guedes na *SIC*. Assim, a título de exemplo, as 9 presenças de comentadores / especialistas no “Jornal 2” deve-se aos contributos de Felisbela Lopes (cinco edições), de Cristina Azevedo (uma edição), Helena Garrido (uma edição) e Helena Ferro Gouveia (duas edições).

Fig. 4 - Temas abordados pelos comentadores e especialistas nos noticiários de horário nobre, segundo o sexo, 2019

Tema dominante	Masculino	Feminino	Ambos os sexos	Total
Política nacional	26	5	-	31
Política europeia	16	6	-	22
Política internacional	17	1	-	18
Ordem interna	14	2	1	17
Desporto	15	-	-	15
Relações laborais	9	-	-	9
Cultura	4	-	-	4
Economia, finanças e negócios	-	2	1	3
Sociedade	2	1	-	3
Sistema judicial	1	1	-	2
Saúde e ação social	2	-	-	2
Ambiente	1	1	-	2
Comunicação	1	1	-	2
Crença e religião	1	-	-	1
Total	109	20	2	131

PRODUTORES DE INFORMAÇÃO: APRESENTADORES E REPÓRTERES – IGUALDADE ENTRE HOMENS E MULHERES

Em 2019, a ERC introduziu novos indicadores na análise sistemática da informação diária de horário nobre relativos à presença de homens e mulheres enquanto produtores de informação, em particular dos apresentadores das edições. Também são analisadas as presenças, nas peças cuja autoria é identificada⁹, dos repórteres produtores e editores da informação.

Fig. 5 - Sexo dos apresentadores dos noticiários de horário nobre, 2019

Sexo do Pivot	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Masculino	28	19	22	23	18
Feminino	2	11	7	7	12
Ambos os sexos	-	-	1	-	-
Total	30	30	30	30	30

Nas 30 edições consideradas na análise predominam os apresentadores do sexo masculino. Uma edição do “Jornal da Noite”, da SIC, foi conduzida por Clara de Sousa e Rodrigo Guedes de Carvalho.

Nas peças assinadas, isto é, aquelas que se fazem acompanhar da identificação dos seus autores seja em forma gráfica ou anunciada pelo pivot ou pelo repórter, consideraram-se os jornalistas, os repórteres responsáveis pela captação de imagens e som e os editores de imagem e som.

⁹ Sobre a identificação da autoria das peças vide capítulo no presente relatório relativo ao “Rigor, isenção, e proteção de públicos sensíveis na informação televisiva diária de serviços de programas generalistas”, em particular, “Identificação e autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados”. A prática de identificação da autoria das peças varia consoante os serviços noticiosos. Grande parte das peças dos blocos informativos da RTP1 (cerca de 80 %), explicitam a sua autoria. Já no caso da RTP2, TVI e CMTV os conteúdos com assinatura estão acima dos 60 %. A SIC identifica a autoria das peças em 23 % dos casos.

No global a autoria de repórteres de sexo feminino e masculino é equilibrada. A presença de jornalistas de sexo feminino é mais evidente no “Jornal 2” e no “Jornal das 8”. No conjunto de peças assinadas no “Jornal da Noite”, a presença de repórteres do sexo masculino é ligeiramente superior aos 50 %.

Fig. 6 - Sexo do repórter nos noticiários de horário nobre, 2019

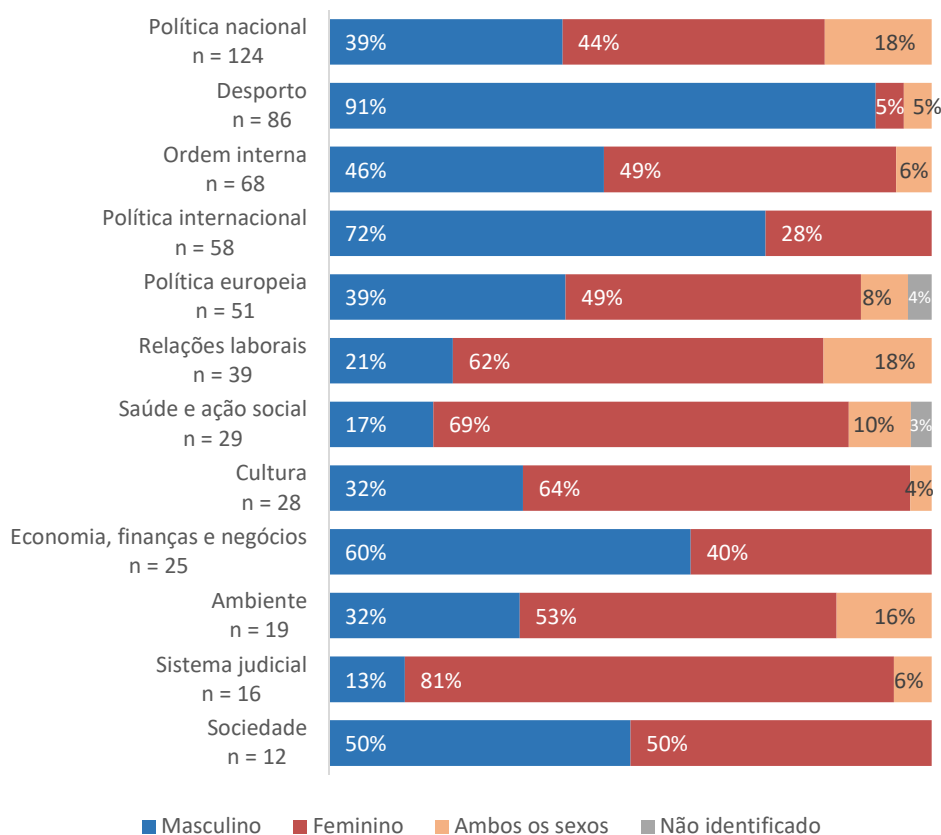
Sexo repórter	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)	Total
Masculino	47,1%	40,4%	54,2%	42,0%	47,5%	45,5% (945)
Feminino	43,6%	51,7%	37,4%	53,0%	42,5%	45,9% (946)
Ambos os sexos	8,8%	7,9%	8,4%	3,6%	9,4%	7,6% (156)
Não identificado	0,5%	-	-	1,4%	0,6%	0,7% (14)
Total	100,0% (582)	100,0% (203)	100,0% (155)	100,0% (502)	100,0% (619)	100,0% (2061)

Os autores da recolha de imagem/som são identificados em cerca de 46 % das peças com assinatura. Essa é a tendência identificada nos alinhamentos dos noticiários analisados. Neste segmento profissional já não se verifica o equilíbrio de presenças entre homens e mulheres, destacando-se a presença *masculina* na totalidade das peças consideradas.

Fig. 7 - Temas abordados nos noticiários de horário nobre segundo o sexo do repórter, 2019

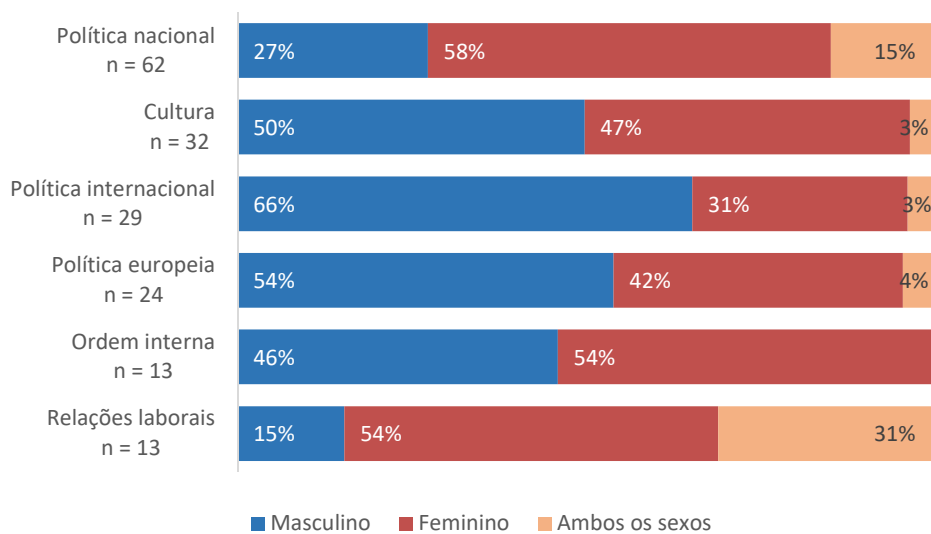
"Telejornal" (RTP1)

Peças = 582



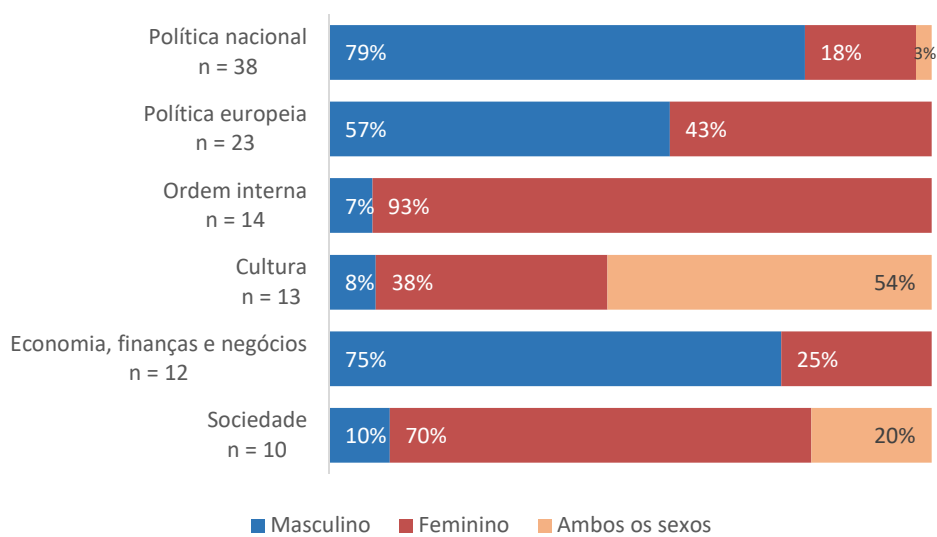
“Jornal 2” (RTP2)

Peças = 203



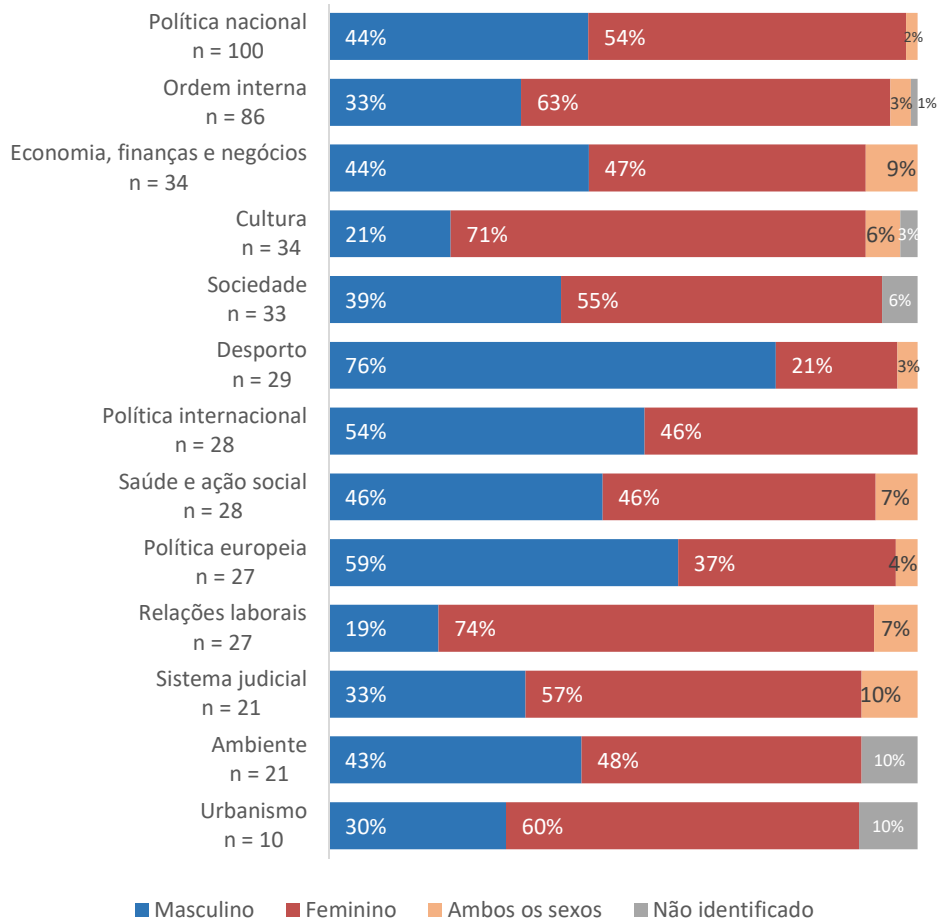
“Jornal da Noite” (SIC)

Peças = 155



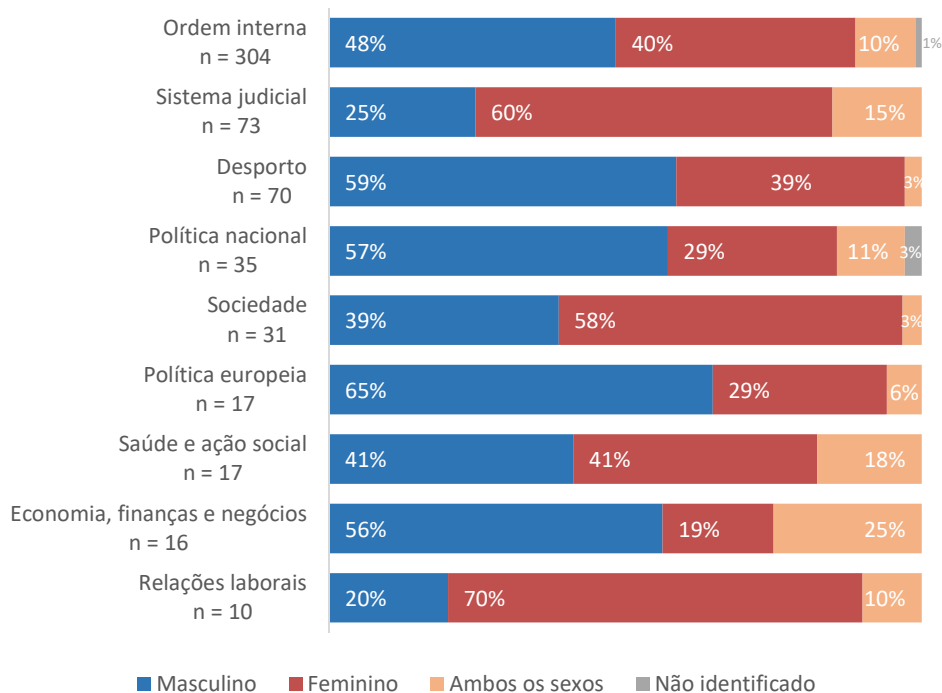
“Jornal das 8” (TVI)

Peças = 502



“CM Jornal 20H” (CMTV)

Peças=619



A distribuição dos temas segundo o sexo mostra que, globalmente, nas peças assinadas, o tema da *política nacional* é partilhado tanto por jornalistas de *sexo masculino* como de *sexo feminino*, com ligeiras diferenças segundo o operador. A *SIC*, que também apresenta menor número de peças com a autoria atribuída, é aquela em que o tema da política nacional é assinado sobretudo por repórteres de *sexo masculino*, enquanto a *RTP 2* faz sobressair a presença de mulheres jornalistas nesta temática.

O *desporto*, assim como a *política internacional* e a *economia, finanças e negócios* são acompanhados maioritariamente por jornalistas de *sexo masculino*. As jornalistas têm sob a sua responsabilidade temas da área da *ordem interna* (com exceção da *CMTV* onde estas peças são assinadas paritariamente), do *sistema judicial, cultura (equilibrado na RTP2), relações laborais e sociedade*.

Na *RTP1*, os assuntos sobre *saúde e ação social e política europeia* são acompanhados sobretudo por jornalistas do *sexo feminino*. Nos restantes serviços de programas, observa-se que o primeiro tema é conduzido de forma equilibrada por jornalistas de *sexo feminino e masculino*; já no caso da *política europeia* destacam-se os repórteres homens.

Fig. 8 - Sexo do repórter de imagem/som nos noticiários de horário nobre, 2019

Sexo repórter imagem	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)	Total
Masculino	55,3%	46,8%	34,2%	43,6%	34,1%	43,7% (900)
Feminino	1,2%	-	0,6%	2,6%	1,9%	1,6% (33)
Ambos os sexos	0,5%	1,0%	0,6%	-	-	0,3% (6)
Não identificado	40,7%	36,5%	62,6%	52,6%	63,0%	51,5% (1062)
Não aplicável	2,2%	15,8%	1,9%	1,2%	1,0%	2,9% (60)
Total	100,0% (582)	100,0% (203)	100,0% (155)	100,0% (502)	100,0% (619)	100,0% (2061)

A edição de imagem/som nos noticiários de horário nobre, quando identificada (39 % das peças), é protagonizada por repórteres do *sexo masculino*. A recolha de imagens e som a cargo de repórteres do *sexo feminino* ocorre em 7 % das peças assinadas.

Fig. 9 - Sexo do repórter de edição de imagem/som nos noticiários de horário nobre, 2019

Sexo repórter edição de imagem	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)	Total
Masculino	50,5%	49,3%	19,4%	22,9%	19,4%	32,0% (659)
Feminino	10,5%	7,9%	3,9%	7,4%	4,2%	7,1% (146)
Ambos os sexos	0,2%	-	1,9%	-	-	0,2% (4)
Não identificado	37,8%	27,6%	72,9%	68,3%	75,4%	58,2% (1199)
Não aplicável	1,0%	15,3%	1,9%	1,4%	1,0%	2,6% (53)
Total	100,0% (582)	100,0% (203)	100,0% (155)	100,0% (502)	100,0% (619)	100,0% (2061)

3. ANÁLISES ESPECÍFICAS

PRINCIPAIS REPRESENTANTES DAS CANDIDATURAS ÀS ELEIÇÕES EM 2019

No ano em análise, a ERC acompanhou a cobertura jornalística das eleições¹⁰ para o Parlamento Europeu¹¹, para a Assembleia da República e para Assembleia da Região Autónoma da Madeira. Para além do pluralismo político partidário, considerou-se também a perspetiva da igualdade de género no acesso aos órgãos de comunicação social.

O predomínio dos representantes das candidaturas de sexo masculino é transversal aos três momentos eleitorais¹². A presença das representantes de sexo feminino deve-se, sobretudo, às líderes partidárias e cabeças de lista pelo círculo de Lisboa do BE, Catarina Martins e do CDS-PP, Assunção Cristas, nas eleições legislativas. O mesmo acontece nas eleições europeias e regionais, enquanto secretárias gerais e coordenadoras do partido. Já nas eleições para o Parlamento Europeu, o protagonismo é também da cabeça de lista do BE, Marisa Matias.

A presença reduzida das mulheres no acompanhamento mediático dos atos eleitorais poderá ser parcialmente explicada pela reduzida presença de candidatas e de mulheres na liderança dos partidos. A [Lei da Paridade nos Órgãos Colegiais Representativos do Poder Político, n.3/2006](#), de 21 de agosto, alterada pela Lei n. 1/2019, de 29 de março, regulamentou a igualdade de representação de mulheres e homens no espectro político partidário. Contudo, do ponto de vista da prática jornalística, é mais provável que sejam entrevistados os líderes dos partidos e os cabeça de lista dos principais círculos eleitorais respondendo aos valores notícia de autoridade e notoriedade.

Outros serão os fatores associados à menor visibilidade das mulheres na mediatização da política, necessariamente alvo de estudo em outra sede. A ERC tem vindo a sensibilizar para a diversificação de fontes e atores e âmbitos geográficos, só assim sendo possível transmitir o pluralismo e a diversidade geográfica e sociocultural da sociedade portuguesa.

¹⁰ O acompanhamento da cobertura noticiosa dos três atos eleitorais ocorridos em 2019 em território nacional e europeu abrangeu a imprensa diária e semanal, televisão (RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV), e rádio (RDP Antena1, TSF, RR e Rádio Comercial). Os relatórios podem ser consultados na íntegra na página da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no separador "[Cobertura jornalística de eleições](#)".

¹¹ O acompanhamento das eleições para o Parlamento Europeu incidiu apenas sobre as peças/artigos com a presença ou referência a candidaturas, representantes das candidaturas ou candidatos nacionais.

¹² Apresentam-se apenas os resultados relativos às candidaturas das eleições para a Assembleia da República. Os restantes relatórios e os dados relativos a cada operador podem ser consultados na íntegra na página da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, no separador "[Cobertura jornalística de eleições](#)".

Fig. 10 - Sexo do principal representante das candidaturas às eleições para Assembleia da República, nos blocos informativos de horário nobre, na televisão, 2019

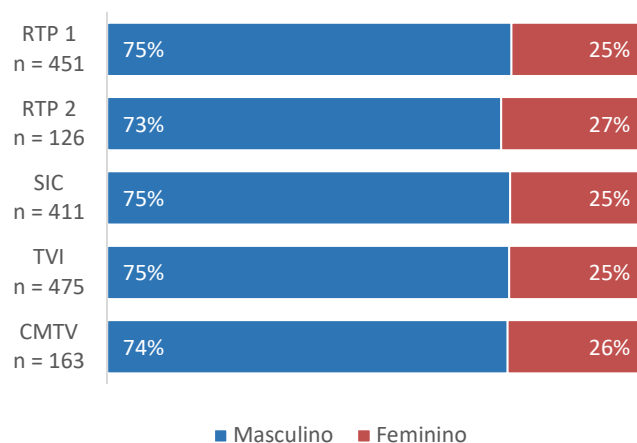
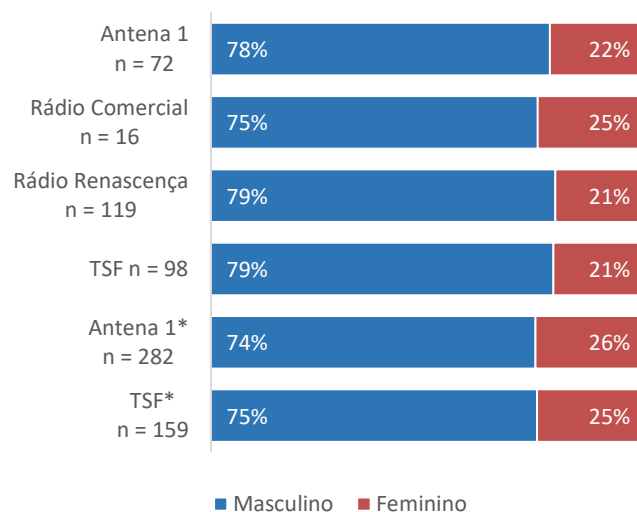
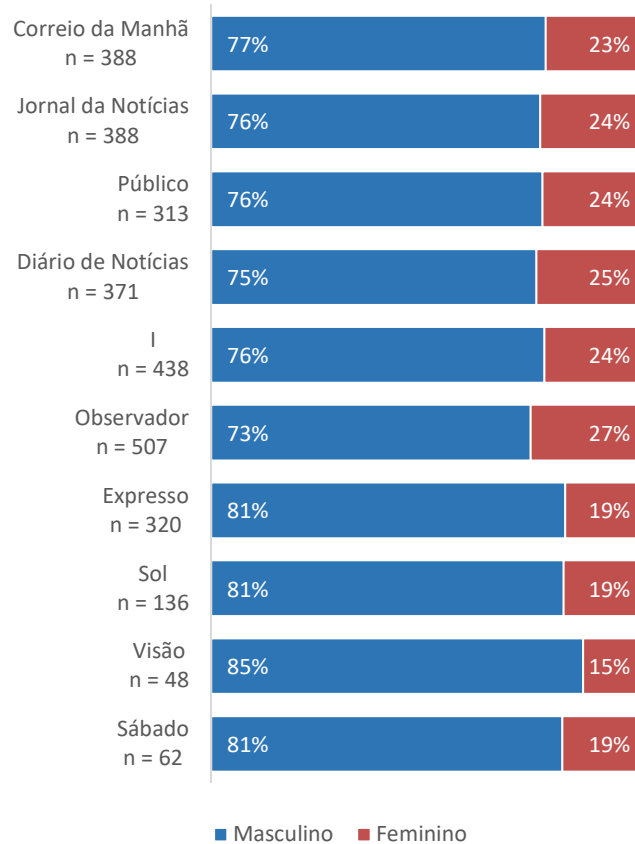


Fig. 11 - Sexo do principal representante das candidaturas às eleições para Assembleia da República, nos blocos informativos e nos jornais de campanha, na rádio, 2019



*Representam os Jornais de Campanha dos respetivos órgãos de comunicação social.

Fig. 12 - Sexo do principal representante das candidaturas às eleições para Assembleia da República, na imprensa diária e semanal, 2019



TRATAMENTO JORNALÍSTICO DA VIOLÊNCIA DOMÉSTICA E DE GÉNERO DIVULGAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO PARA BOAS PRÁTICAS

No decurso do estudo sobre as [“Representações da violência doméstica nos telejornais de horário nobre?”](#), apresentado em 2018, e da [Diretiva 1/2019](#), daí resultante com recomendações aos órgãos de comunicação social no tratamento jornalístico da violência doméstica, a ERC participou em vários encontros da iniciativa da sociedade civil.

- I Encontro “Violência doméstica - um olhar sobre agressores”, organizado pelo [Fórum Municipal de Cascais contra a Violência Doméstica](#) e pela Câmara Municipal de Cascais, 23 e 24 de maio,
- III encontro «O homem promotor da igualdade – homens e mulheres lado a lado pela igualdade de género», organizado pela [Associação Quebrar o Silêncio](#), organização que presta apoio especializado a homens sobreviventes vítimas de abuso sexual, em 14 de novembro, no ISCTE-IUL, em Lisboa. Dedicado ao papel dos órgãos de comunicação social, dos *media*, da liberdade de expressão, dos influenciadores, da arte e cultura na promoção da igualdade de género. A ERC integrou o painel «Comunicação social, violência e igualdade: responsabilidades e deveres na informação contextualizada»;
- Encontro «(In)visibilidades da violência doméstica», organizado pela RIV - Rede de Intervenção na Violência Doméstica e em Contexto Familiar de Matosinhos e pela Câmara Municipal de Matosinhos, em 25 de novembro. A ERC esteve

presente no painel, "O papel dos media na divulgação de notícias de violência doméstica - como noticiar e que consequências", onde se debateram as práticas jornalísticas na cobertura das notícias sobre violência doméstica, o papel da regulação e da autorregulação.

GRUPOS DE TRABALHO INTERNACIONAIS SOBRE *MEDIA* E GÉNERO

No quadro das relações internacionais, destaca-se em 2019 a participação da ERC no Subgrupo 4, dedicado à "Diversidade de Género", do European Regulators Group for Audiovisual Media Services (ERGA), organismo consultivo da Comissão Europeia.

Neste âmbito, a ERC integrou o leque das autoridades reguladoras dos *media* que promoveram um inquérito ao nível europeu para identificar boas práticas na promoção da igualdade e equilíbrio de género no setor audiovisual. O questionário foi construído com base nas disposições da Diretiva de Serviços de Comunicação Audiovisual e na recomendação sobre a igualdade de género no setor audiovisual adotada pelo Conselho da Europa.

Esta iniciativa apresenta características particulares que se evidenciam:

- i) O estudo teve natureza qualitativa e escala europeia;
- ii) Procurou abranger-se diferentes *stakeholders* da cadeia de valor do audiovisual, que não apenas os operadores de televisão e de rádio, como sejam produtores de conteúdos, organizações profissionais, organismos de financiamento, entre outros.
- iii) Consideraram-se relevantes tanto iniciativas *on-screen* (representação no ecrã) como *behind the screen* (nas organizações) ou a intersecção entre ambas (*cross-cutting*);
- iv) Definiram-se indicadores comuns sobre diferentes aspetos, como sejam a análise de distintos géneros de programas, de ficção, de publicidade ou do tema da violência de género; da distribuição dos profissionais dentro da organização, remunerações e posições de liderança; das políticas de recrutamento e progressão na carreira;
- v) Os resultados obtidos permitiram definir recomendações de boas práticas dirigidas à indústria audiovisual europeia.

A síntese dos dados apurados no inquérito, bem como as recomendações, foram publicadas em dezembro de 2019, no documento [Study on Industry-led Good Practices related to Gender Diversity in the European Audiovisual Sector Report with recommendations](#).

Em Portugal, responderam ao questionário 18 empresas ou grupos de empresas, entre as quais as maiores do setor, algumas das quais cotadas em bolsa. Os inquiridos organizam-se em quatro categorias: operadores de televisão; agência noticiosa; publicidade; e operadores de distribuição.

Nos parágrafos seguintes, sistematizam-se algumas linhas de força a partir das respostas recebidas.

No que se refere às iniciativas *on-screen*, um operador generalista nacional referiu que a empresa não dispõe de iniciativas visando objetivos específicos respeitantes à diversidade de género, sendo esse fim alcançado através das práticas diárias, como consequência da natureza da companhia como um veículo de transmissão de valores fundamentais à sociedade do século XXI.

O mesmo operador salientou que a diversidade de personagens nas obras de ficção representa a prática de desconstrução de estereótipos.

Um outro operador televisivo, integrado num grupo internacional, enfatizou que a sua organização promove a diversidade e a igualdade de género, assegurando equilíbrio no número de homens e mulheres jornalistas, comentadores e apresentadores.

Alguns operadores de televisão com canais destinados a audiências infantis manifestaram preocupação em garantir que são abordadas questões como as diferenças de género.

A Lusa disponibiliza um [website](#) específico sobre matérias que versam a igualdade e diversidade de género.

A Associação Portuguesa de Anunciantes lançou um “Guia para a Representação Responsável de Género na Publicidade”, visando sensibilizar os profissionais do *marketing* e da publicidade para a importância de não perpetuar estereótipos de género na publicidade.

Pelas respostas obtidas afigura-se que há espaço para o desenvolvimento de mais ações na área da produção (realização, escrita de argumento, produção) e para criar uma maior consciencialização para os desequilíbrios existentes.

Se as iniciativas *on-screen* lidam diretamente com as representações simbólicas – permitem apontar possíveis (in)visibilidades e tratamentos discriminatórios em função do sexo, mas também, proactivamente, promover a paridade e a difusão de imagens justas e equilibradas –, as medidas *behind the screen* revestem-se de carácter horizontal, sendo igualmente fundamentais, contextualmente, para incrementar a diversidade de género nas organizações. No entanto, relacionando-se, não com o que é tornado público, mas com a vida interna das organizações, é uma dimensão menos acessível e conhecida.

Assim, **no que diz respeito a ações *behind the screen***, os resultados do inquérito apontam a existência de uma multiplicidade de medidas corporativas em diversos inquiridos incidindo sobre recrutamento, condições salariais, progressões na carreira, políticas de conciliação entre a vida familiar e profissional e combate ao assédio sexual.

Algumas das empresas inquiridas estão cotadas no mercado de valores mobiliários, pelo que estão sujeitas às disposições previstas na lei quanto à proporção de homens e de mulheres nas administrações e órgãos de supervisão. Porém, além desta obrigação legal, algumas empresas mencionaram o compromisso com a igualdade de género ao nível das administrações, mas também nas posições e órgãos dirigentes. Um operador televisivo integrado num grupo internacional assumiu que uma das estratégias para incrementar a diversidade de género passa pela contratação de mulheres em posições chave na empresa

Várias empresas das áreas das comunicações eletrónicas enfatizaram o compromisso corporativo com a diversidade de género através de estatutos, políticas de sustentabilidade e códigos de ética, dispondo algumas de áreas de recursos humanos focadas no tema. Alguns inquiridos monitorizam, nesta perspetiva, os processos de recrutamento, as contratações e as progressões. Outros dispõem ainda de relatórios internos para documentar esta realidade. Uma minoria elabora planos de igualdade de género.

As medidas adotadas pelos inquiridos englobam igualmente a conciliação entre a vida profissional e familiar, procurando adaptar o trabalho às necessidades familiares dos empregados com crianças. Estas medidas incluem, por exemplo, redução do horário de trabalho, teletrabalho ou licenças parentais.

Algumas sociedades inquiridas integram o iGEN - Fórum Organizações para a Igualdade, da Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE), programa que incentiva os princípios da igualdade de género nas estratégias de gestão das empresas portuguesas.

As empresas do serviço público de *media* identificaram um conjunto de ações para promover a igualdade de género, definido como objetivo estratégico pela administração da Agência Lusa desde 2017. As medidas passam por formação e pela elaboração de diagnósticos internos ou relatórios de avaliação tornados públicos. Estes documentos incluem indicadores de gestão que refletem as diferenças salariais e possíveis discriminações e que permitem, por conseguinte, uma análise da evolução nesta matéria e a decisão sobre a necessidade de intervenção corretiva.

Ainda em 2019, no quadro da participação da ERC no grupo de trabalho sobre Género e Media na [Rede de Instâncias Reguladoras do Mediterrâneo](#) (RIRM) foram apresentados os resultados globais da análise da «Cobertura da violência de género nas notícias e nos programas de televisão nos países do mediterrâneo». Participaram no estudo os reguladores da Croácia, Espanha, França, Grécia, Marrocos, Portugal e Sérvia, tendo sido analisados 22 serviços de programas de operadores públicos e privados 13.

O objetivo do estudo foi o de observar as práticas jornalísticas na cobertura do tema e elaborar recomendações para a cobertura da informação noticiosa da violência de género.

Apesar dos diferentes contextos sociais e sistemas de *media* foi possível extrair tendências partilhadas, partindo de variáveis e indicadores comuns debatidos nas reuniões técnicas, na cobertura mediática deste assunto.

À semelhança do já identificado em outros estudos internacionais e na pesquisa realizada pela ERC, o tempo de informação dedicado à cobertura das agressões físicas, é superior

¹³ Croácia, Agencija za elektroničke medije (AEM), HRT, Nova TV, RTL; Andaluzia, Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), Andalucía TV, Canal Sur TV, TVE Andalucía; Catalunha, Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), TV3, TVE Catalunya, 8tv; Espanha, Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), TVE 3, Antena 3 TV, Telecinco; França, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), France 2, TF1; Portugal, Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), RTP1 e TVI; Marrocos, Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), 2MTV, Medi1 TV; Grécia, National Council for Radio and Television (NCRT), ERT1, SKY; Sérvia, Regulatorno telo za elektronske medije (REM), RTS1, TV PRVA.

àquele que debate e contextualiza a violência de género. Contudo, um terço dos países, entre os quais Portugal, também dedica parte do tempo da peça à contextualização e sensibilização para a prevenção deste tipo de violência.

Na análise salientou-se também a presença, em proporções que variam entre os países, de dados estatísticos sobre os crimes e de recursos institucionais para a prevenção da violência de género ou para a denúncia de casos.

Em cerca de metade dos serviços de programas analisados as fontes de informação consultadas são especialistas, enquanto em Espanha, França e Portugal, os cidadãos com uma relação ocasional com o acontecimento noticiado (como os vizinhos, testemunhas ou familiares) são a voz principal em alguns dos serviços de programas analisados. A maioria das vozes auscultadas nestas peças, em 18 dos 22 serviços de programas, são do sexo feminino.

A presença de elementos sensacionalistas nas peças sobre violência de género, através do uso de elementos visuais, sonoros ou linguísticos, são um fenómeno recorrente nos diferentes serviços de programas considerados e estão presentes em todos os países que integram a análise.

Face aos resultados o grupo propôs dez recomendações para a cobertura mediática televisiva de assuntos relacionados com a violência de género que serão apresentadas e votadas na reunião Plenária do Grupo, em outubro de 2020, na Croácia, em:

- Informar o público e sensibilizar que o combate à violência de género é uma questão de interesse geral e de direitos humanos.
- A violência de género não é apenas um problema das mulheres, mas de toda a sociedade.
- Respeitar a dignidade e o direito à privacidade das vítimas e dos seus filhos.
- Selecionar e diversificar as fontes de informação e entrevistar especialistas.
- Contextualizar a informação.
- Excluir o sensacionalismo, o drama e a morbidez da forma e do conteúdo da informação sobre a violência de género.
- Evitar sugerir uma relação de causa e efeito entre os factos e a origem sociocultural e ou circunstâncias pessoais das pessoas envolvidas.
- Ajudar a evidenciar as consequências da violência de género.
- Publicar os contactos de serviços de prevenção e apoio às vítimas.
- Recomenda-se que os jornalistas e os media desenhem, monitorizem e/ou atualizem os seus códigos de ética e de formação dos profissionais de comunicação.

4. DELIBERAÇÕES SUBMETIDAS À APRECIÇÃO DO CONSELHO NO ÂMBITO DA DISCRIMINAÇÃO DE GÉNERO

Em 2019 foram publicadas dez deliberações diretamente relacionadas a potencial violação de direitos fundamentais, em particular com a discriminação de género – orientação sexual, identidade e expressão de género, características sexuais, estereótipos de género e violência doméstica, tanto no âmbito de programas de entretenimento como na informação. Em três dessas deliberações o Conselho Regulador da ERC sensibilizou os órgãos de comunicação social visados para:

- 1) “garantir uma proteção cabal dos princípios constitucionais e dos direitos fundamentais dos cidadãos e a não veicular conteúdos que possam contribuir para a discriminação e estigmatização em função da orientação sexual dos cidadãos”¹⁴;
- 2) “garantir a proteção cabal dos cidadãos e a sensibilizar os seus comentadores convidados para os efeitos estigmatizantes que a emissão de algumas opiniões possam ter junto de determinados grupos sociais, em particular em função da sua identidade de género”.¹⁵

No ano em apreciação a ERC adotou 300 deliberações. As deliberações podem ser consultadas na página da ERC no separador [Deliberações](#), sob os tópicos “direitos fundamentais” e “discriminação de género”.

¹⁴ Deliberação ERC/2019/13 (CONTPROG-TV) e Deliberação ERC/2019/170 (CONTJOR-NET)

¹⁵ Deliberação ERC/2019/207 (OUT-TV)

A DIVERSIDADE SOCIOCULTURAL NOS MEDIA

1. VISÃO GLOBAL

Os *media* têm um papel relevante no reconhecimento da diversidade sociocultural. Promover a qualidade discursiva sobre a diversidade social nos conteúdos audiovisuais, oferecer ao público uma visão fiel da mesma, proporcionar uma discussão plural e informada, pilar de uma sociedade democrática, representa um forte contributo para a coesão social.

No pressuposto de que a «diversidade sociocultural só pode ser protegida e promovida se forem assegurados os direitos humanos e as liberdades fundamentais, como a liberdade de expressão, de informação e de comunicação ou a possibilidade de os indivíduos escolherem as suas expressões culturais»¹, os *media*, ao materializarem o debate, constituem-se como agentes capazes de contribuir com grande significado para a emergência de uma cultura plural, que integre o conjunto dos cidadãos.

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), enquanto organismo responsável pela promoção e salvaguarda do «pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação»², realizou em 2019 e 2020 um conjunto de atividades que são descritas em seguida.

MONITORIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO DIÁRIA

Anualmente, a ERC monitoriza os blocos informativos de horário nobre, emitidos pelos cinco serviços de programas: o “Telejornal” da RTP1, o “Jornal 2” da RTP2, o “Jornal da Noite” da SIC, o “Jornal das 8” da TVI e o “CM Jornal 20H” da CMTV³. Nesta análise são avaliadas as obrigações legais dos operadores, especificamente, aquelas relacionadas com a diversidade e pluralismo, rigor e isenção e a proteção de públicos vulneráveis e sensíveis.

Os operadores, para garantirem uma cobertura informativa isenta e objetiva, devem assegurar que não reproduzem narrativas discriminatórias e/ou que sejam suscetíveis de incitar ao ódio. Partindo desse pressuposto, procurou-se apurar em que medida as edições analisadas exibem ou não conteúdos discriminatórios ou que manifestamente contenham narrativas de incitamento ao ódio.

BARÓMETRO DA DIVERSIDADE

Em 2019, a ERC divulgou o estudo [A Diversidade sociocultural no media 2015-2017](#), realizado com base nos dados da informação diária e programação sobre género, orientação sexual, etnia/origem, religião, migrações, pessoas portadoras de deficiência e

¹ Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2005

² Lei nº. 53/2005 de 8 de novembro.

³ O “CM Jornal 20H” da CMTV faz parte desta avaliação desde 2018.

A monitorização da informação diária considera apenas 30 edições de cada serviço noticioso, processo que é realizado através de uma amostragem aleatória sistemática.

grupos socioeconómicos vulneráveis, nos serviços de programas generalistas em sinal aberto RTP1, RTP2, SIC e TVI.

O Dossier da Diversidade, com atualizações anuais, resulta da análise desses indicadores que se debruçam, não apenas sobre a presença, mas também sobre o tratamento mediático dado à diferença. Trata-se de um estudo em que se pretende fornecer elementos que permitam traçar uma panorâmica da diversidade na televisão portuguesa, mas também dar início a uma linha de investigação que contemple as várias abordagens às questões da diversidade, em colaboração com os operadores, outros reguladores, instituições e representantes da sociedade civil.

Os resultados da primeira edição, tendo em conta a diversidade étnica-racial, permitem concluir que o número de peças com a presença ou referências a imigrantes, refugiados/asilados ou exilados é reduzida nos telejornais de horário nobre e que maioritariamente estes são representados em situações negativas, como de criminalização, vitimização, pobreza, perseguição e discriminação social⁴.

As próximas edições, a abranger dados da informação diária e programação dos anos 2018-2019, incluirão o serviço de programas CMTV e alguns títulos da imprensa nacional e regional. Paralelamente, a ERC tenciona desenvolver esta linha de investigação com estudos aprofundados sobre a cobertura mediática de acontecimentos que foram objeto de uma ampla cobertura jornalística, com o objetivo de perceber se, por vezes, esta assenta nas características socioeconómicas e/ou étnico-raciais dos envolvidos. Refere-se a acontecimentos como os ocorridos no Bairro da Jamaica que envolvem pessoas afrodescendentes ou do julgamento de polícias da esquadra de Alfragide em 2019.

A quantidade de acontecimentos relacionados, nomeadamente, com as características socioeconómicas e/ou étnico-raciais dos envolvidos, que em 2020 tiveram ampla cobertura mediática, é motivo de preocupação para a ERC, na medida em que é notório, não apenas um visível incremento da sua frequência, como esses acontecimentos têm sido objeto de discussão pública nos órgãos de comunicação social (OCS), nomeadamente nos espaços de comentário dos diversos órgãos, nos espaços de comentário reservados aos leitores em diversas publicações *online*, em espaços de informação de teor sensacionalista e em programas híbridos, cujo formato é suscetível de criar no telespectador confusão entre entretenimento, informação e opinião.

Reportamo-nos a acontecimentos como, em janeiro de 2020, o assassinato de um jovem de 24 anos no Campo Grande, a mulher agredida por um agente da PSP na Amadora, o episódio protagonizado pelo deputado do Chega quando sugeriu que Joacine Katar Moreira fosse “devolvida” ao seu país de origem; o caso Marega em fevereiro, a detenção de três inspetores do SEF alegadamente envolvidos na morte de um imigrante no aeroporto de Lisboa em março; em abril, a identificação pelas autoridades de saúde de vários refugiados infetados pelo coronavírus a residir num *hostel* em Lisboa; em maio, o protesto contra a vaga de assaltos, alegadamente da autoria de pessoas de etnia cigana; o comunicado do Chega onde refere que apresentará um plano de abordagem e confinamento para as comunidades ciganas e a resposta de Ricardo Quaresma que acusou o deputado em causa de populismo racista; o homicídio de George Floyd nos EUA

⁴ A análise da informação diária é feita por amostragem, sendo esta aleatória sistemática.

e a onda de protestos contra o racismo em várias cidades do mundo, incluindo Lisboa, assim como as manifestações organizadas negando o racismo (Manifestação do Chega! Não há racismo em Portugal); a chegada de embarcações com imigrantes a Portugal, entre outros acontecimentos amplamente mediatizados, como os que se relacionam com o contexto da pandemia e do consequente agravamento das condições socioeconómicas de pessoas que ficaram privadas dos seus rendimentos, das dificuldades acrescidas dos mais vulneráveis, do encerramento de fronteiras, etc.

QUEIXAS/PARTICIPAÇÕES

Paralelamente, a ERC recebeu ao longo do ano de 2019/20 inúmeras participações relativas à cobertura jornalística com base nas características étnico-raciais e de género. Algumas dessas, foram já objeto de deliberação, sendo a decisão mais comum a de sensibilizar os OCS denunciados para garantirem uma proteção cabal dos princípios constitucionais e dos direitos fundamentais dos cidadãos e a não veicular conteúdos que possam contribuir para a discriminação e estigmatização dos cidadãos.

OUTRAS INICIATIVAS

1. Em 25 de janeiro de 2019, a ERC participou na reunião promovida pelo Alto Comissariado para as Migrações (ACM) sobre o “Papel da Comunicação Social em Matéria de Prevenção e Combate à Discriminação Racial e Étnica”, onde estiveram presentes outros membros da Comissão para a Igualdade e Contra a Discriminação Racial (CICDR), o Diretor de Relações Institucionais da RTP e o Sindicato de Jornalistas. A CICDR, recorde-se, aprovou, em 28 de setembro de 2018, uma «Recomendação à adesão ao Princípio de não-referência da origem racial e étnica, cor, nacionalidade, ascendência, território de origem e situação documental», dirigida às entidades públicas, aos órgãos de comunicação social e respetivos editores, assim como a todos os intervenientes públicos e privados.

Tal Recomendação, frequentemente referida pela ERC aos diversos OCS, exorta os diversos meios de comunicação e, com as necessárias adaptações, os restantes destinatários, a adotar práticas não discriminatórias, como neutralidade étnica e racial, ponderação editorial, gestão de comentários, códigos de conduta, consciencialização das suas práticas e discurso público responsável, que evitem a transmissão ou reforço de estereótipos e generalizações geradoras de intolerância. O ACM manifestou o objetivo de transformar os princípios vertidos na Recomendação em algo de mais concreto, designadamente através de ações de formação descentralizadas para jornalistas, para o que solicitou a colaboração da ERC e do SJ, na promoção e coorganização dessas ações de promoção da não discriminação especialmente concebidas para jornalistas. Esse projeto está em curso e conta com a participação da Entidade Reguladora.

2. Paralelamente, a ERC integra anualmente o Relatório Anual do ACM, respeitante ao cumprimento do regime jurídico de prevenção, proibição e combate à discriminação racial e étnica, previsto na Lei n.º 93/2017, de 23 de agosto, com base no «princípio de cooperação previsto no n.º 1 do artigo 25.º da Lei 93/2017, de 23 de Agosto,

- a) Fornecendo informação detalhada referente a queixas por discriminação em razão da origem racial e étnica, cor, nacionalidade, ascendência e território de origem que tenham dado entrada na ERC.
 - b) Fornecendo outras informações úteis a incluir no referido relatório, designadamente, as atribuições e o tipo de atividades desenvolvidas por esta entidade, no âmbito da prevenção, proibição e combate da discriminação racial e étnica.
3. A ERC participou no Seminário Permanente de Comunicação e Diversidade do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho dia 5 de fevereiro de 2019, na sessão "Diversidade, violência doméstica e regulação mediática: desafios atuais", uma reflexão crítica sobre a diversidade nos meios de comunicação social portugueses, procurando articular o trabalho da ERC com a investigação académica. Foi apresentada uma análise sobre "A diversidade sociocultural nos canais generalistas de sinal aberto" e o estudo da ERC sobre as "Representações da violência doméstica nos Telejornais de horário nobre.
4. Em 2 de junho de 2020, o Conselho Regulador da ERC, em audição na Subcomissão Não Discriminação e Igualdade, na Assembleia da República (AR), discutiu, entre outros, o Barómetro da Diversidade (elogiado pelos deputados presentes) já publicado e partilhou as atuais preocupações e projetos aqui referidos.

A promoção da inclusão social, da tolerância e da não discriminação na programação e informação, em particular dos operadores de televisão, seria eventualmente uma forma de permitir à ERC avaliar condutas discriminatórias para além do quadro penal ou contraordenacional e do estrito cumprimento da deontologia jornalística. Neste sentido, a ERC levantou a possibilidade de a AR proceder à alteração à Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido com o objetivo de acrescentar esta questão às obrigações dos operadores – sobretudo generalistas e temático-informativos.

O artº. 27º., nº.2 da LTSAP enuncia que «Os serviços de programas televisivos 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 ou pela orientação sexual».

Acontece que são muito frequentes as situações que, embora não traduzam num manifesto incitamento ao ódio, não deixam de exprimir um conteúdo depreciativo, preconceituoso e discriminatório para determinados grupos sociais. Se por um lado são muito raros os discursos que se traduzam no incitamento ao ódio, por outro estão presentes os que assentam em pressupostos discriminatórios sem que ultrapassem claramente essa fronteira ténue. Nessa zona híbrida, a ERC encontra na legislação limitações à sua atuação.

O ERGA E A DIRECTIVA “SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL AUDIOVISUAL” REVISTA: ALGUNS DESAFIOS REGULATÓRIOS

1. VISÃO GLOBAL

A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social integra, desde fevereiro de 2014, o ERGA – *European Regulators Group for Audiovisual Media Services* (doravante, o ERGA ou o Grupo), composto por todas as entidades reguladoras dos *media* dos Estados-Membros da União Europeia.

Constituído pela Decisão C(2014)462, da Comissão Europeia, de 3 de fevereiro de 2014, e aproveitando a experiência e conhecimentos práticos dos diferentes membros que o integram, o ERGA presta apoio técnico especializado à Comissão, procede ao intercâmbio de experiências e boas práticas no âmbito regulatório e, quando solicitado pela Comissão, emite pareceres sobre diversos aspetos compreendidos no articulado da Diretiva (ver infra).

Anualmente, o Grupo reúne em Plenário, pelo menos duas vezes, visando a avaliação dos trabalhos em curso e a definição do Plano de Atividades para o ano seguinte.

O ERGA tem vindo a acompanhar, praticamente desde a sua criação, o processo de revisão da Diretiva 2010/13/UE (Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”)¹, concluído a 14 de novembro de 2018, com a aprovação da Diretiva (UE)2018/1808 (doravante, Diretiva “SCSA”)², produzindo um conjunto de pareceres e relatórios sobre as mais diversas matérias por aquela abrangidas, com particular enfoque para as novidades que a revisão de 2018 acarretou e que podem representar grandes desafios para os reguladores nacionais³.

Desde a sua criação, o ERGA (e a ERC, enquanto seu membro de pleno direito) procura incentivar abordagens regulatórias comuns e uma cooperação eficaz entre os seus membros, facilitando o desenvolvimento de uma “cultura regulatória” integrada, na qual conhecimentos, boas práticas e experiências são partilhados para inspirar os seus membros no desenvolvimento das suas funções.

¹ Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”): JOUE L 95, 15.4.2010, pp. 1 e ss.

² Diretiva (UE) 2018/1808 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de novembro de 2018, que altera a Diretiva 2010/13/UE relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”), para a adaptar à evolução das realidades do mercado: JOUE L 303, 28.11.2018, pp. 69 e ss.

³ https://erga-online.eu/?page_id=14.

Com a revisão operada em 2018 à Diretiva SCSA, o ERGA obteve reconhecimento e acolhimento formal no artigo 30.º-B deste instrumento de direito da União Europeia, além de ver o seu papel aí clarificado e reforçado, cabendo-lhe:

- Fornecer conhecimentos técnicos à Comissão Europeia quer para efeitos de uma aplicação coerente da Diretiva em todos os Estados-Membros, quer para esclarecimento de questões relacionadas com os serviços de *media* audiovisuais de cada Estado-Membro;
- Proceder ao intercâmbio de experiências e boas práticas sobre a aplicação do quadro regulatório relativo aos serviços de *media* audiovisuais;
- Colaborar e fornecer aos seus membros as informações necessárias para a aplicação da Diretiva, em particular no que diz respeito aos artigos 3.º (liberdades de receção e de retransmissão), 4.º (regras nacionais mais restritivas e deslocalizações) e 7.º (acessibilidades);
- Emitir pareceres, quando solicitados pela Comissão Europeia, sobre aspetos técnicos e factuais das questões relacionadas com o estatuído nos artigos 2.º, n.º 5-C (desacordo sobre a jurisdição aplicável em casos que envolvam restrições às liberdades de receção e de retransmissão, ou em matéria de deslocalizações); 3.º, n.ºs 2 e 3 (compatibilidade com o direito da UE de medidas adotadas por um Estado-Membro em matéria de derrogações provisórias às liberdades de receção e de retransmissão quanto a serviços ofensivos de certas matérias disciplinadas pela Diretiva); 4.º, n.º 4, alínea c) (compatibilidade com o direito da UE e correta fundamentação de medidas adotadas por um Estado-Membro em matéria de deslocalizações); e 28.º-A, n.º 7 (determinação da jurisdição aplicável aos fornecedores de plataformas de partilhas de vídeos).

A fim de dar cumprimento às incumbências cometidas pela Diretiva SCSA revista, o ERGA emite opiniões, recomendações, relatórios e declarações que espelham a sua posição independente.

2. DESENVOLVIMENTO

Em 2019, e atento o novo quadro regulamentar, entretanto aprovado, e a sua iminente transposição para o direito interno dos Estados-Membros, o ERGA definiu como prioridades estratégicas da sua atividade, as seguintes:

- «Desenvolvimento de soluções concretas para melhorar e fortalecer a cooperação entre os reguladores nos casos transfronteiriços, a fim de assegurar uma implementação consistente e eficaz da Diretiva SCSA em todos os Estados-Membros». De entre as questões abordadas na Diretiva, o ERGA concluiu como fundamental o reforço da cooperação no que respeita à aplicação do diploma às plataformas de partilha de vídeos (doravante, PPVs), ao financiamento transfronteiriço das obras europeias e à identificação dos serviços sob jurisdição dos Estados-Membros;
- «Partilha de boas práticas quanto à aplicação de algumas disposições da Diretiva». A importância atribuída a esta questão resultou da ponderação da necessidade de uma compreensão uniformizada e consistente de algumas disposições da Diretiva SCSA, com vista à sua aplicação pelos reguladores nos respetivos Estados. O conhecimento e a partilha de

práticas regulatórias distintas são fundamentais ao desenvolvimento de abordagens regulatórias comuns, sobretudo quanto a definições, avaliação de códigos de autorregulação e correção, métricas utilizadas na monitorização das medidas adotadas pelos serviços para a promoção das obras europeias, regras sobre comunicações comerciais e proteção de menores, assim como promoção da literacia mediática e acessibilidades;

- «Monitorização da evolução do mercado dos *media* e potenciais desafios regulatórios». Através da identificação destes desafios, o ERGA pretende contribuir e auxiliar a Comissão Europeia na construção de um quadro regulamentar “*future proof*” para o setor. Num contexto em que a Internet continua a induzir transformações no cenário dos *media* europeus e a desafiar os reguladores audiovisuais na sua capacidade de proteção dos valores fundamentais, o ERGA propõe-se dar especial atenção às questões atuais e futuras, como o pluralismo dos *media*, relativamente às quais os seus membros já são ou não deixarão de ser confrontados a nível nacional.

Neste contexto, os reguladores europeus, no âmbito do ERGA, têm vindo a trabalhar no sentido do estabelecimento e da consolidação dessa plataforma de entendimento comum, visando dar resposta aos desafios decorrentes, em particular, da revisão das regras materiais da Diretiva aplicáveis em sede de proteção de consumidores, proteção de menores, proibição de incitamento à violência ou ódio, promoção das acessibilidades, promoção de obras europeias, independência dos reguladores⁴ e, com grande acuidade, a aplicação destes princípios às plataformas de partilha de vídeos, doravante abrangidas pela Diretiva SCSA.

Este novo nível de atuação regulatória requer, por si só e desde o primeiro momento, uma cooperação muito próxima entre os reguladores, com vista a assegurar um entendimento comum sobre os novos conceitos e a resolver eventuais questões transfronteiriças.

Desde logo, e no tocante às PPVs, a sua definição conceptual e a correta apreensão das realidades que as enformam, a natureza e finalidades das medidas a implementar e possíveis princípios para uma monitorização eficaz das plataformas, pelos reguladores, constituem questões sobre as quais será de toda a conveniência estabelecer uma abordagem europeia comum.

Assim, os reguladores europeus concluíram que para a identificação das plataformas de partilha de vídeos há alguns requisitos tidos por essenciais para a sua definição, a saber, o que constitui a sua “finalidade principal”, o significado de “parte dissociável” e “funcionalidade essencial” do serviço por aquelas fornecido. Estes requisitos suscitam questões concretas cuja resposta impõe o estabelecimento de indicadores claros e comuns que auxiliem os reguladores na identificação e qualificação destas plataformas, tendo o ERGA apresentado um conjunto de recomendações que poderão revelar-se úteis neste domínio⁵.

⁴ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_SG3_Report_Annex-I_TF1-Paper.pdf

⁵ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_SG3_Report_Annex-II_TF2-Paper.pdf

Quanto à natureza e à finalidade das medidas a implementar, o quadro regulamentar imposto pela nova Diretiva e a diversidade de realidades com que os reguladores na sua atividade diária se deparam, recomendam que seja adotada uma perspetiva mais impositiva, cabendo aos reguladores a avaliação do cumprimento, pelas plataformas, das obrigações legais impostas pelo legislador nacional. Para as situações que envolvam elementos transfronteiriços é fundamental o desenvolvimento de diferentes formas de cooperação entre os reguladores⁶, com vista à célere e boa resolução dos diferendos entre utilizadores e plataformas. O ERGA continua a trabalhar no aprofundamento das diferentes modalidades possíveis de cooperação, com vista à sua adequação a cada possível cenário.

Outra das matérias que tem merecido a atenção do ERGA reporta-se aos mecanismos concretos de regulação⁷. A Diretiva revista enuncia questões relativas a diferentes mecanismos de regulação e encoraja os Estados-Membros a fazerem uso da correção e a acolherem a autorregulação como complemento da heterorregulação, em algumas das áreas coordenadas pela Diretiva. A título de exemplo, a matéria de proteção de consumidores e as questões relativas à diversidade cultural poderão ser asseguradas através de qualquer das formas de regulação, ao passo que matérias como o pluralismo dos meios de comunicação social, a dignidade humana e a proteção contra conteúdos de incitamento ao ódio ou violência serão mais bem salvaguardadas pela heterorregulação. A avaliação destes diferentes mecanismos e a sua adequação aos casos concretos e ao próprio enquadramento nacional de cada Estado-Membro representam desafios a debater igualmente no âmbito da regulação europeia.

Mas a nova Diretiva SCSA não comporta apenas implicações de cooperação entre os diferentes reguladores audiovisuais europeus, pois a crescente convergência da realidade mediática suscita a necessidade de colaboração entre os diferentes reguladores e autoridades nacionais de setores distintos do audiovisual, por exemplo, concorrência, telecomunicações, entidades judiciais, etc. Assim, pelo seu impacto a nível europeu, é essencial um entendimento comum quanto às responsabilidades de cada regulador, atendendo às condições específicas e aos propósitos da colaboração desejada. Por seu turno, e conforme já sublinhado, a boa e reforçada cooperação entre os membros do ERGA é essencial para garantir uma aplicação eficaz da Diretiva. Os procedimentos que impõem uma colaboração entre os reguladores encontram-se expressamente previstos nos artigos 3.º, 4.º e 7.º da Diretiva SCSA revista, mas são procedimentos que não contemplam uma perspetiva de continuidade ou uma cooperação geral e abstrata, pois visam apenas casos concretos.

A experiência prática dos reguladores tem demonstrado que uma cooperação mais estruturada, em particular em casos transfronteiriços, permite uma resolução mais eficaz e célere das questões que possam surgir, contribuindo também para a eficiência e para a estabilidade do princípio do país de origem. Assim, plataformas como o ERGA e a EPRA – *European Platform of Regulatory Authorities*⁸, facilitam tal colaboração, mas poderão não ser suficientes, na medida em que dependem muito de uma colaboração próxima e

⁶ As diferentes formas de cooperação ponderadas vão da simples notificação a um envolvimento mais profundo dos reguladores em causa

⁷ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_SG3_Report_Annex-III_TF3-Paper.pdf

⁸ <https://www.epra.org/>

estável entre os seus respetivos membros. Assim, entre os desafios colocados aos reguladores europeus assoma, também, o de complementar os procedimentos da Diretiva com o desenvolvimento de mecanismos de colaboração entre si mais regulares e eficazes.

Em conclusão, poderá dizer-se que a regulação audiovisual europeia se depara, presentemente, com a necessidade de apresentar respostas comuns e uniformizadas aos desafios colocados pelo novo quadro regulamentar da Diretiva SCSA. Uma implementação consistente e conseqüente da Diretiva revista postula um entendimento comum dos reguladores quanto às regras materiais e definições ali consagradas. A inclusão das plataformas de partilha de vídeos no âmbito material da Diretiva obriga os reguladores ao desenvolvimento de uma abordagem que assegure que estas plataformas não deixarão de cumprir as obrigações que lhes são impostas, nomeadamente através de uma monitorização regular. A cooperação entre os membros do ERGA terá de garantir não só a boa execução e a resolução dos procedimentos concretos previstos na Diretiva, mas também o estabelecimento de vias de comunicação e informação contínuas e mútuas, abrangendo, tanto quanto possível, uma panóplia diversificada de procedimentos disponíveis para dar resposta às mais variadas situações.

É neste novo contexto que todo o trabalho e Plano de Atividades para 2020⁹, do ERGA se tem centrado, visando garantir uma aplicação eficaz, consistente e coerente da Diretiva SCSA em todos os Estados-Membros e por parte de todos os reguladores que integram o Grupo.

⁹ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/01/ERGA_2019_WorkProgramme-2020.pdf

A ATIVIDADE SANCIONATÓRIA DA ERC

1. VISÃO GLOBAL

A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) tem como função principal o exercício dos necessários poderes de regulação e de supervisão de todas as entidades que prossigam atividades de comunicação em Portugal, nos termos dos seus Estatutos, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

No exercício das suas funções expressamente previstas na Lei Fundamental, a ERC rege-se pelo disposto nos seus Estatutos, pelas disposições legais que lhe sejam especificamente aplicáveis e, subsidiariamente, pelo regime aplicável aos institutos públicos, visando a prossecução dos princípios da legalidade e da especialidade.

No que concerne ao poder sancionatório, cabe à ERC processar e punir a prática de ilícitos contraordenacionais previstos nos seus Estatutos e nos que lhe forem atribuídos por qualquer outro diploma em matéria de comunicação social.

Incumbe ainda à ERC participar às autoridades competentes a prática de ilícitos penais de que tome conhecimento no desempenho das suas funções¹.

A instrução dos processos contraordenacionais instaurados pela ERC rege-se pelo disposto no Regime do Ilícito de Mera Ordenação Social² e, subsidiariamente, pelo disposto no Código de Processo Penal³.

2. DECISÕES EM PROCESSOS DE CONTRAORDENAÇÃO

Embora a caracterização e os dados estatísticos apresentados pretendam incidir essencialmente no ano de 2019, a presente análise irá abranger, sempre que se revele conveniente, os anos de 2017 e 2018, tendo em vista obter uma caracterização o mais precisa e fundamentada possível sobre a atuação da ERC e a sua evolução em sede de procedimento contraordenacional.

Em 2019, o Conselho Regulador da ERC adotou um total de 350 deliberações relativas a autorizações, processos de contraordenação, conteúdos, direito de reposta, direito dos jornalistas, licenças, obrigações de programação, pareceres, pluralismo, registos, publicidade, sondagens, transparência e outros (Cf. Figura 1).

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

² Decreto-Lei n.º 433/82, de 27 de outubro

³ Decreto-Lei n.º 78/87, de 17 de fevereiro, alterado pela Lei n.º 27/2019, de 28 de março

Fig. 1 – Comparativo entre Deliberações adotadas e Decisões proferidas em processo contraordenacional 2017 e 2019

	2017	2018	2019	TOTAL
Deliberações	262	264	350	876
Decisão em Processo Contraordenacional	15	12	22	49

* Fonte: Base de dados interna da ERC

Do total mencionado supra, 22 correspondem a decisões finais proferidas no âmbito de procedimentos contraordenacionais, o que representa 6,3 % do total das deliberações aprovadas pelo Conselho Regulador em 2019. Tais decisões respeitam a processos cuja abertura foi naturalmente iniciada em anos anteriores, mas a respetiva conclusão ocorreu durante 2019.

Em 2019, registou-se um aumento significativo do número de processos de contraordenação decididos, valor que representa quase o dobro dos processos terminados em 2018. Entre 2017 e 2019, assiste-se a um acréscimo de 50 % de processos terminados.

Do universo dos 49 processos decididos no período compreendido entre 2017 e 2019, 29 resultaram na aplicação de coima (59 %), em 15 processos (30,6 %) foram aplicadas admoestações e cinco processos foram arquivados (10 %), como se observa na Figura 2.

Fig. 2 – N.º de processos de contraordenação 2017- 2019 (ano de decisão)

	2017	2018	2019	TOTAL
Arquivamento	2	2	1	5
Admoestação	5	4	6	15
Coima	8	6	15	29
TOTAL	15	12	22	49

* Fonte: Base de dados interna da ERC

Em concreto e com enfoque em 2019, do total de 22 decisões contraordenacionais adotadas pelo Conselho Regulador, 68,2 % dos processos culminaram na aplicação de coima (15 processos), 27,2 % resultaram em admoestação (seis processos) e 4,5 % dos processos foram arquivados (um processo).

A ERC é, naturalmente, pelas suas atribuições, a entidade com competência para o processamento das contraordenações em matéria de comunicação social e para a aplicação das respetivas coimas. O valor das coimas por si aplicadas e o produto das custas processuais cobradas em processos contraordenacionais constituem receitas da ERC.⁴

⁴ Artigo 50.º, alínea d), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro.

A sanção mais frequentemente utilizada ao longo do período em referência foi a aplicação de coima. Tal terá correspondido à necessidade de disciplinar os agentes da comunicação social face à maior gravidade ou prática reiterada do tipo de ilícitos registados.

Com efeito, salienta-se que a ERC sempre se pautou por uma política sancionatória essencialmente balizada por preocupações de prevenção geral e especial, motivo pelo qual o valor das coimas aplicadas se situa muito próximo do valor mínimo da moldura penal aplicável em cada caso concreto.

Em 2019, a ERC deliberou a aplicação de 15 coimas a entidades proprietárias de publicações periódicas, impressas e *online*, e de serviços de programas televisivos, no valor global de 141 741,60 euros.

Em baixo, enumeram-se as deliberações no âmbito das quais foi decidida a aplicação dessas coimas:

1. Deliberação ERC/2019/3 (OUT-TV-PC), de 16 de janeiro de 2019
2. Deliberação ERC/2019/7 (DR-I-PC), de 16 de janeiro de 2019
3. Deliberação ERC/2019/80 (DR-I-PC), de 20 de março de 2019
4. Deliberação ERC/2019/99 (OUT-TV-PC), de 29 de março de 2019
5. Deliberação ERC/2019/210 (OUT-TV-PC), de 15 de maio de 2019
6. Deliberação ERC/2019/180 (PUB-TV-PC), de 26 de junho de 2019
7. Deliberação ERC/2019/264 (PUB-TV-PC), de 18 de setembro de 2019
8. Deliberação ERC/2019/280 (DR-I-PC), de 9 de outubro de 2019
9. Deliberação ERC/2019/281 (REG-NET-PC), de 9 de outubro de 2019
10. Deliberação ERC/2019/287 (CONTPROG-TV-PC), de 16 de outubro de 2019
11. Deliberação ERC/2019/317 (CONTJOR-I-PC), de 13 de novembro de 2019
12. Deliberação ERC/2019/323 (DR-I-PC), de 13 de novembro de 2019
13. Deliberação ERC/2019/276 (PUB-TV-PC), de 18 de novembro de 2019
14. Deliberação ERC/2019/325 (REG-NET-PC), de 20 de novembro de 2019
15. Deliberação ERC/2019/346 (CONTJOR-I-PC), de 11 de dezembro de 2019

No que respeita à abertura de processos de contraordenação, registou-se um ligeiro decréscimo no número de processos instaurados em 2019 comparativamente a 2018 (menos quatro processos), embora os dados refletissem uma tendência crescente desde 2017, conforme se observa na Figura 3.

Fig. 3 – Processos de contraordenação abertos 2017 – 2019

2017	25
2018	32
2019	28
TOTAL	85

* Fonte: Base de dados interna da ERC

O quadro da Figura 4 apresenta uma perspetiva do peso relativo dos processos de contraordenação por área temática quanto ao tipo de ilícito registado no período de 2017 a 2019.

A leitura do citado quadro permite concluir que, no período em referência, os processos relativos ao incumprimento do direito de Resposta e de Retificação (artigo 26.º da Lei da Imprensa⁵) assumiram uma maior preponderância, seguidos dos processos referentes à inobservância do projeto licenciado ou autorizado (artigo 26.º da Lei da Rádio)⁶ e ainda no âmbito da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido⁷, nomeadamente nos processos em que esteve em causa a violação dos limites à liberdade de programação (artigo 27.º), anúncio da programação (artigo 29.º) e regras de colocação de produto e ajuda à produção (artigo 41.º -A).

Fig. 4 – Peso relativo dos processos de contraordenação por área temática 2017-2019

Área Temática	2017	2018	2019	TOTAL
Artigo 2.º DRR	0	0	2	2
Artigo 8.º DRR	0	0	1	1
Artigo 13.º DRR	0	0	1	1
Artigo 27.º DRR	0	0	1	1
Artigo 17.º LI	0	2	0	2
Artigo 26.º LI	2	1	4	7
Artigo 28.º LI	0	0	2	2
Artigo 4.º LR	1	2	0	3
Artigo 26.º LR	3	0	1	4
Artigo 39.º LR	1	0	0	1
Artigo 5.º LS	0	1	0	1
Artigo 7.º LS	1	0	1	2
Artigo 27.º LTSAP	1	0	3	4
Artigo 29.º LTSAP	3	1	0	4
Artigo 33.º LTSAP	1	0	2	3
Artigo 34.º LTSAP	0	1	1	2
Artigo 41.º -A LTSAP	0	3	1	4
Artigo 43.º LTSAP	0	0	2	2
Artigo 77.º LTSAP	2	1	0	3
TOTAL	15	12	22	49

Legenda: DRR (Decreto Regulamentar dos Registos); LI (Lei de Imprensa); LR (Lei da Rádio); LS (Lei das Sondagens e Estudos de Opinião); LTSAP (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido).

Em 2019, o peso relativo dos processos respeitantes à violação do artigo 26.º da LI (direito de Resposta) e do artigo 27.º da LTSAP foi o mais expressivo, destacando-se esta última matéria pela sua elevada complexidade.

Por outro lado, as contraordenações relativas ao artigo 28.º da LI (publicidade), aos artigos 33.º (direito a extratos informativos) e 43.º (gravação das emissões), ambos da

⁵ Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro, retificada pela Declaração de Retificação n.º 9/99, de 18 de fevereiro, alterada pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio e pela Lei n.º 78/2015 de 29 de julho

⁶ Lei n.º 54/2010 de 24 de Dezembro, alterada pela Lei n.º 38/2014, de 9 de Julho e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho

⁷ Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril, e n.º 40/2014, de 9 de julho e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho

LTSAP, e ainda quanto às regras a observar na divulgação e interpretação de sondagens (artigo 7.º da Lei das Sondagens e dos Inquéritos de Opinião⁸), voltaram a ganhar preponderância em 2019, relativamente aos anos anteriores.

Não obstante, o ano de 2019 destaca-se pelo número de processos decididos pela ERC (cinco processos) por incumprimento das regras de registo das publicações periódicas, das empresas jornalísticas, das empresas noticiosas, dos operadores de rádio e dos operadores de televisão⁹, estando concretamente em causa infrações quanto ao objeto do registo (artigo 2.º), alterações supervenientes (artigo 8.º), início de atividade das entidades proprietárias de publicações periódicas (artigo 13.º) e início de atividade das empresas noticiosas (artigo 27.º).

3. IMPUGNAÇÃO JUDICIAL DE DECISÕES DA ERC

O controlo jurisdicional da atividade da ERC cabe aos tribunais judiciais competentes quando esteja em causa a impugnação de processos de contraordenação. Adicionalmente, certos processos assumem indícios de infração criminal, o que dá origem a participação criminal efetuada pela ERC ao Ministério Público.

Fig. 5 – Decisões impugnadas por ano 2017-2019

2017	5
2018	2
2019	9
TOTAL	16

* Fonte: Base de dados interna da ERC

A Figura 5 revela que o ano de 2019 registou um significativo aumento no que respeita à impugnação das decisões contraordenacionais da ERC, correspondendo quase ao dobro dos recursos judiciais requeridos em 2017 e pouco mais do quadruplo das impugnações registadas em 2018. Tal justifica-se essencialmente pelo facto de o número de processos decididos em 2019 ser superior, representando aliás um acréscimo de 50 % de processos comparativamente a 2017.

Quanto às decisões proferidas em processo contraordenacional, pela sua relevância, deixamos as seguintes referências:

- Decisão de aplicação de coima no valor de 30 000,00 euros à TVI – Televisão Independente, S.A., por violação do artigo 33.º, n.º 4, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), pela Deliberação ERC/2019/3 (OUT-TV-PC), de 16 de janeiro de 2019. Esta decisão foi judicialmente impugnada, tendo o Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (TCRS) reduzido a coima para o valor de 18 000,00 euros. A arguida recorreu, mas o Tribunal da Relação de Lisboa manteve a coima aplicada pelo TCRS;

⁸ Lei n.º 10/2000, de 21 de junho

⁹ Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de Junho, retificado pela Declaração de Retificação n.º 10-BC/99, de 30 de Junho e alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 7/2008, de 27 de Fevereiro e pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de Janeiro

- Decisão de aplicação de coima no valor de 27 000,00 euros à SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., por incumprimento do artigo 41.º - A da LTSAP, pela Deliberação ERC/2019/276 (PUB-TV-PC), de 18 de novembro de 2019. A SIC recorreu desta decisão para o TCRS, que manteve a coima aplicada pela ERC;
- Decisão de aplicação de coima no valor de 10 000,00 euros à COFINA MEDIA, S.A., por violação do artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP, pela Deliberação ERC/2019/99 (OUT-TV-PC), de 29 de março de 2019. Esta decisão foi impugnada, mas o TCRS manteve o sentido da decisão administrativa;
- Decisão de aplicação de coima no valor de 10 000,00 à SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A., por incumprimento do artigo 27.º, n.º 4 da LTSAP. Esta Decisão foi judicialmente impugnada, mas o TCRS manteve a decisão da ERC.

Do conjunto das impugnações judiciais supra indicadas, cumpre destacar uma decisão, pela sua importância na consolidação interpretativa da lei, em que assinalamos determinados aspetos ainda que sobre a forma de breves notas.

O regime jurídico aplicável à transmissão de extratos informativos tem suscitado várias dificuldades que têm dado lugar a um nível significativo de conflitualidade sobre a qual a ERC tem vindo a ser chamada a decidir, sobretudo entre operadores titulares de conteúdos desportivos sujeitos a direitos exclusivos e operadores não titulares desses direitos, mas reclamantes do direito à utilização de extratos informativos.

Em concreto, quanto à alínea a) do n.º 4 do artigo 33.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), a interpretação que o Regulador tem feito na sua Diretiva 1/2014, vai no sentido de afirmar no seu ponto 3.2. que «o limite à duração dos extratos imposto pelo artigo 33.º, n.º 4, alínea a), da Lei da Televisão, reporta-se às imagens em bruto cedidas pelo titular dos direitos exclusivos, ou registadas a partir das imagens por aquele emitidas ou colhidas pelo próprio operador secundário, e não à duração da peça noticiosa que pode conter uma ou mais repetições das imagens cedidas pelo titular dos direitos ou incluir imagens próprias do operador, ultrapassando o seu tempo total 90 segundos».

Com efeito, o que o ponto 3.2. da Diretiva 1/2014 pretende esclarecer é que o limite legal de noventa segundos não se reporta à duração da peça noticiosa onde foram inseridas as imagens, mas sim ao extrato contendo imagens cedidas pelo titular dos direitos exclusivos ou captadas pelo próprio operador secundário. É o tempo de emissão da peça noticiosa que pode ultrapassar o tempo total de noventa segundos, não o da exibição dos extratos, imperativamente confinado a tal limite temporal. [Neste mesmo sentido, Cf. o ponto 4.8. da Deliberação ERC/2016/152 (OUT-TV-PC), de 29 de junho de 2016, disponível em <http://www.erc.pt/pt/deliberacoes/deliberacoes/2016/2396>].

Por seu turno, o ponto 3.3. da citada Diretiva esclarece que «Sem prejuízo do disposto no número anterior e no ponto 2.2., não é considerada lícita a repetição, no mesmo programa, das mesmas imagens sujeitas a direitos exclusivos.»

Para o Regulador é, pois, pacífico que «qualquer repetição das imagens deve ser contabilizada no limite dos noventa segundos, como acontece vulgarmente no caso dos jogos de futebol em que são repetidos os golos ou lances polémicos. Uma imagem “congelada” ou fixa também deverá ser contabilizada em termos de duração da sua exibição, uma vez que sobre ela incidem igualmente os direitos do titular. Se assim não fosse, a manipulação dos *frames* do material audiovisual para se obterem determinados efeitos, como o efeito *slow motion*, poderia conduzir à subversão do próprio direito que se pretende garantir. Por exemplo, como se contaria uma sequência de imagens em *slow motion*? Pelo tempo de duração da exibição das mesmas ou pela sua duração em tempo real? Já o inverso também colocaria dúvidas absolutamente deslocadas: para efeitos do limite de noventa segundos previsto na alínea a) do n.º 4 do artigo 33.º da Lei da Televisão, como seria contabilizado um extrato correspondente a trinta minutos de imagens em tempo real de um jogo de futebol, exibido em noventa segundos num programa com imagem acelerada? Estas situações algo paradoxais levam a concluir que a análise deverá ser casuística levando em conta critérios editoriais razoáveis e ajustáveis à necessidade de limitar a faculdade de utilização das imagens na medida do estritamente indispensável em função do objetivo de o público percecionar o conteúdo essencial dos acontecimentos em questão, como parece ser o sentido expresso da dita alínea a) do n.º 4 do artigo 33.º da Lei da Televisão.»[Cf. Deliberação ERC/2016/152 (OUT-TV-PC), citada, ponto 4.9.]

Sucedem que alguns operadores televisivos têm suscitado uma interpretação diversa e mais permissiva para o exercício do direito à informação, no sentido de considerarem que a transmissão de eventos sobre os quais incidam direitos exclusivos, permite que o operador proceda ao tratamento lícito das imagens, designadamente com repetições e *stand still* das mesmas.

A seguir a hipótese muitas vezes defendida pelos operadores em sede contraordenacional, bastaria ao operador televisivo, que não investiu nos encargos de aquisição dos direitos exclusivos (encargos contratuais e operacionais), selecionar um conteúdo de noventa segundos num determinado jogo de futebol e, sem qualquer restrição de tempo, exibir e tratar esse conteúdo na medida dos seus interesses e conveniências de programação, sujeitando a entidade titular do direito exclusivo a essa atuação arbitrária.

Afigura-se-nos que o entendimento interpretativo conforme ao sentido da lei corresponde àquele em que o artigo 33.º da LTSAP procura estabelecer uma norma de concordância prática entre o direito exclusivo à transmissão e o direito de outros operadores à prestação de informação sobre o mesmo evento.

Por conseguinte, os números 1 e 2 do citado artigo 33.º da LTSAP consagram uma restrição a direitos de conteúdo patrimonial, imputando ao titular do direito exclusivo o ónus de se sujeitar à utilização das suas imagens por outros operadores e concorrentes do serviço de televisão, os quais não suportaram qualquer encargo na aquisição desse direito.

Contudo, a interpretação de qualquer norma restritiva de direitos privados validamente adquiridos deve ser ajustada a princípios de atuação subsidiária, de intervenção mínima

e de proibição do excesso, a fim de evitar a afetação material desses direitos de modo desproporcionado para com o cumprimento do interesse público na sua divulgação.

O entendimento defendido pelo Regulador no sentido de a proibição do operador televisivo prolongar a transmissão de extratos exclusivos com o conteúdo de noventa segundos, independentemente do interesse informativo, foi precisamente reforçado em finais de 2019 pela jurisprudência, na linha já defendida em 2017 pelo Tribunal da Concorrência, Regulação e Supervisão (doravante, TCRS).

Em concreto, em sentença datada de 05 de junho de 2019, proferida no âmbito do Processo n.º 51/19.1YUSTR, disponível em www.dgsi.pt, o TCRS afirmou expressamente que «o que está em causa é a prestação de informação sobre um evento desportivo pelo operador televisivo que não é titular do direito exclusivo através da transmissão de um excerto de 90 segundos. O modo, meio e forma dessa transmissão, incluindo o espaço de criatividade inerente ao tratamento da informação, deve ser exclusivamente imputável ao mesmo operador televisivo, o qual beneficia da permissão legal para exibir conteúdos cujos direitos pertencem a outro operador ou entidade. Assim, a transmissão corresponde a um espaço de atuação que integra, necessariamente, o tratamento informativo desses conteúdos de acordo com a liberdade de programação do interessado e que deverá estar incluído na limitação temporal dos 90 segundos.

Julgamos, então, que a interpretação correta da norma legal, de dever e de sanção, é aquela que corresponde ao entendimento restritivo, segundo o qual os operadores de televisão estão limitados à recolha, utilização, exibição e tratamento de imagens de eventos desportivos, objeto de direitos exclusivos, e cuja transmissão ao abrigo do art.º 33.º, n.ºs 1 e 2 da Lei da televisão não pode ultrapassar os 90 segundos, incluindo repetições e congelamento de imagens (...).»

Além do mais, o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 05 de novembro de 2019 veio confirmar a sentença citada no ponto anterior, refletindo e reforçando o entendimento defendido pela ERC, consignando que «(...) o que a recorrente fez foi, de acordo com o seu próprio critério, exibir reportagens que excederam os 90 segundos permitidos. Fê-lo porque foi displicente, porque não teve o cuidado de concentrar a informação no espaço de tempo permitido. Aliás, se usou repetições, câmaras lentas e outros artifícios desde logo se alcança que a mensagem pretendida poderia, muito bem, ter sido elaborada nos 90 segundos permitidos. Voltando ainda à conduta e aos factos (que todos parecem querer esquecer) não se alcança onde é que os seis segundos a mais são essenciais para o exercício do direito de informar. Sobre isto a recorrente é omissa. Dirá que são apenas seis segundos, mas são seis segundos que não são seus.»

Consequentemente, o citado Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa, objeto do nosso comentário, veio consolidar a orientação defendida pela ERC, criando sólida jurisprudência sobre a mesma.

4. CONCLUSÕES

O ano de 2019 registou um aumento significativo do número de processos de contraordenação decididos, valor que representa quase o dobro dos processos concluídos no ano anterior.

As matérias mais apreciadas no âmbito da atividade sancionatória da ERC respeitaram a infrações ao artigo 26.º da Lei de Imprensa (direito de Resposta) e ao artigo 27.º (limites à liberdade de programação) da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. No que respeita à instauração de processos de contraordenação, registou-se um ligeiro decréscimo no número de processos instaurado em 2019, comparativamente a 2018.

No que toca aos processos de contraordenação referentes à violação do artigo 33.º da LTSAP (direito a extratos informativos), os Tribunais têm vindo não só a confirmar o sentido das decisões adotadas, como também têm aderido ao entendimento que a ERC adotou quanto a esta matéria e que se encontra expresso nas suas Deliberações, em particular quanto ao conceito de transmissão dos extratos pelo limite de 90 segundos, ínsito na alínea a), do n.º 4 do citado artigo.

OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

1. VISÃO GLOBAL

É objetivo do presente capítulo obter uma visão geral dos *media* em Portugal, em 2019, no que diz respeito à oferta e ao consumo de meios de comunicação social, especificamente da televisão, rádio, imprensa e internet.

Quantos serviços de programas televisivos, radiofónicos e publicações periódicas existem? Que tipo de programação ou informação oferecem estes meios de comunicação? Como se caracteriza o acesso a estes serviços? Quais são os padrões de consumo em Portugal? Estas são as principais perguntas que orientam o presente capítulo e que, através da análise dos dados divulgados por diversas fontes, serão respondidas nas páginas seguintes.

Cada meio de comunicação social é apresentado sob dois ângulos: o da oferta e o do consumo. Salienta-se que o ponto dedicado à internet apresenta apenas os dados de consumo, pois este meio oferece aos seus utilizadores, além dos *sites* dos grupos de *media*, um conjunto quase ilimitado de informação.

2. TELEVISÃO

OFERTA

Os portugueses podem aceder aos conteúdos televisivos através do serviço gratuito de Televisão Digital Terrestre (TDT) ou mediante o pagamento de uma subscrição aos operadores de distribuição, sendo a primeira forma de acesso aquela com menor número de utilizadores únicos e a menos variada quanto ao número de serviços de programas.

Segundo o relatório da ANACOM titulado “Meios de acesso ao sinal de TV”, publicado em 2017, 32,7 % dos lares utilizavam a TDT e 17,8 % destes eram utilizadores exclusivos. Já o relatório “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição 2019”, da mesma instituição, refere que no final de 2019 cerca de 88 % das famílias pagaram pelo serviço de distribuição de sinal de TV, o que representa um aumento de 2,7 pontos percentuais (p.p.) face a 2018.

Em termos do número de serviços de programas que oferece cada plataforma, a TDT em Portugal Continental disponibiliza ao público seis serviços de programas¹, quatro deles generalistas, ou seja, com uma programação diversificada e dirigida a todos os públicos, e dois temáticos, com uma programação centrada em matérias específicas e para públicos específicos. As emissões parlamentares da Assembleia da República transmitidas pela ARTV também são disponibilizadas na TDT. Os serviços de programas transmitidos nesta plataforma são de acesso não condicionado livre ou em sinal aberto e o seu número não tem sofrido alterações desde finais de 2016.

¹ Os serviços de programas generalistas RTP Madeira e RTP Açores também são transmitidos pela TDT nas respetivas Regiões Autónomas.

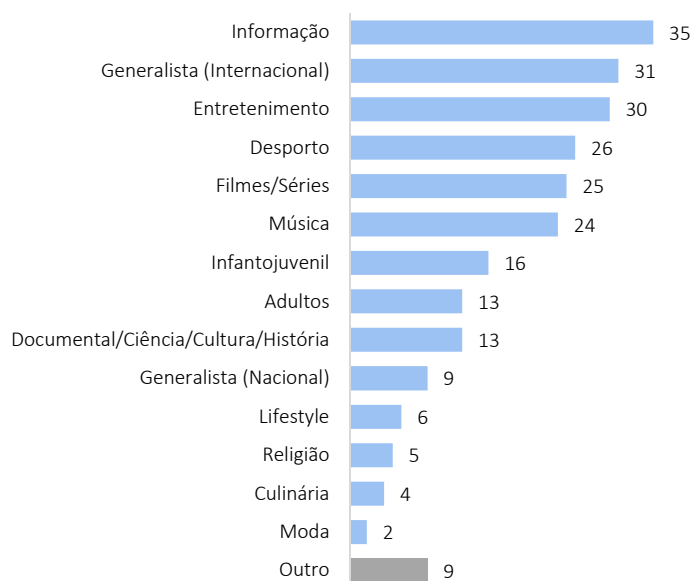
Fig. 1 – Serviços de programas na TDT transmitidos em Portugal Continental

RTP1 (Generalista)
 RTP2 (Generalista)
 RTP3 (Temático – Informação)
 RTP Memória (Temático – Documental/História)
 SIC (Generalista)
 TVI (Generalista)

Por seu lado, a televisão por assinatura, além de transmitir os serviços de programas de acesso não condicionado livre, oferece um maior número de serviço de programas, o qual é variável consoante o operador de distribuição. Considerando os quatro operadores com maior número de assinantes², são transmitidos 248 serviços de programas. A MEO é o operador com maior número, especificamente 187, a NOS e Vodafone transmitem 155 e 149, respetivamente, e a Nowo apresenta uma oferta de 100 serviços de programas.

Comparados com a TDT, dos operadores de distribuição de sinais de televisão que oferecem mais serviços de programas temáticos, destacam-se os de informação, entretenimento e desporto. Já os serviços de programas generalistas (nacionais e internacionais) representam 16,1 % do total identificado nos quatro operadores.

Fig. 2 – Serviços de programas nos quatro principais operadores de distribuição de sinal de televisão transmitidos em Portugal por categoria temática



Nota: Elaboração própria com dados disponibilizados nos sites da NOS, MEO, Vodafone e Nowo em fevereiro de 2020.

Salienta-se que nem todos os assinantes têm acesso à totalidade de serviços de programas que oferece o operador. Embora os operadores ofereçam um conjunto de serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura, existem serviços de

² Segundo a ANACOM, no relatório “Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição 2019”, no final de 2019 o operador de distribuição NOS tinha uma quota de assinantes de 40,1 %, seguido pela MEO com 39,6 %, a Vodafone com 16,3 % e Nowo com 3,9 %. Os quatro operadores totalizaram 99,9 % da quota de assinantes da televisão paga.

programas que são de acesso condicionado ou canais *premium*, cujo acesso aumenta o valor pago pela subscrição.

Cabe à ERC regular as entidades que prossigam atividades de comunicação social sob a jurisdição do Estado Português. Assim, 62 serviços de programas encontram-se sujeitos à supervisão e intervenção do Conselho Regulador, mais dois que em 2018. Deste conjunto, 13 são generalistas e 49 são temáticos ou dirigidos a públicos-alvo específicos (v. Anexo Fig. A1)³.

CONSUMO

Em 2019, segundo a Marktest⁴, 84,0 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos contactaram com a televisão, mais 1,9 p.p. do que no ano anterior. As mulheres, os mais idosos (indivíduos com mais de 64 anos) e os indivíduos das classes sociais mais baixas (D e E), foram os maiores consumidores deste meio.

A mesma fonte refere que cada português viu, em média, 4 horas e 53 minutos de televisão por dia, o que significa um aumento de cerca de 10 minutos face a 2018.

Fig. 3 - Tempo Médio de Visionamento televisivo e *share* de audiência, 2018-2019

Serviço de programa	2018		2019		Variação <i>Share</i> (p.p)
	ATV	<i>Share</i> (%)	ATV	<i>Share</i> (%)	
RTP1	00:34:30	12,2	00:36:44	12,5	0,3
RTP2	00:04:04	1,4	00:04:18	1,5	0,1
SIC	00:46:48	16,5	00:56:08	19,2	2,7
TVI	00:56:34	19,9	00:45:33	15,6	-4,3
Pay TV	01:44:47	37,0	01:50:20	37,6	0,6
Outros	00:31:35	11,1	00:34:43	11,8	0,7
Total	04:43:35	100,0	04:53:08	100,0	-

Tempo Médio de Visionamento (ATV): Tempo médio que cada indivíduo do universo despendeu a ver um canal/suporte/programa. Expresso em horas, segundos e minutos.

Share de audiência (%): quota de audiência de cada canal/programa/suporte calculado a partir do tempo total despendido a ver esse canal/programa/suporte relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

Nota: Os valores restantes para cada ano no *share* de audiência, correspondem aos serviços de programas RTP Memória e RTP3 transmitidos na TDT, que para 2018 é igual a 1,9 % e para 2019 soma 1,8 %.

A categoria “Outros” considera o visionamento em diferido de serviços de programas não medidos e de conteúdos “não TV” (DVD, VCR, jogos, etc.).

Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade”.

A televisão generalista em sinal aberto domina em Portugal. Os três serviços de programas mais vistos – SIC, TVI e RTP1 – concentraram 47,3 % da quota de audiência.

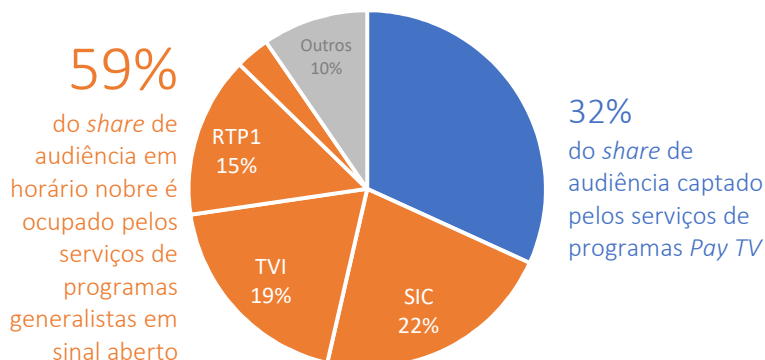
Em 2019, a SIC passou a ser o serviço de programas mais visto (19,2 %); a TVI, depois de 14 anos consecutivos, perdeu a liderança das audiências, com uma queda de 4,3 p.p. de *share* face a 2018, posicionando-se na segunda posição (15,6 %), já o serviço de programas do operador de serviço público, RTP1, manteve-se na terceira posição (12,5 %).

³ Cf. No presente Relatório de Regulação o capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”.

⁴ “Anuário de Media & Publicidade 2019”. As análises das audiências de televisão, apresentadas neste relatório da Marktest, são realizadas com os dados da CAEM e da MediaMonitor.

Estes serviços de programas, incluindo os restantes canais transmitidos em sinal aberto, captaram, na sua totalidade, 50,6 % do *share*, valor que aumenta para 58,6 % no horário com maior audiência, ou seja, no horário nobre.

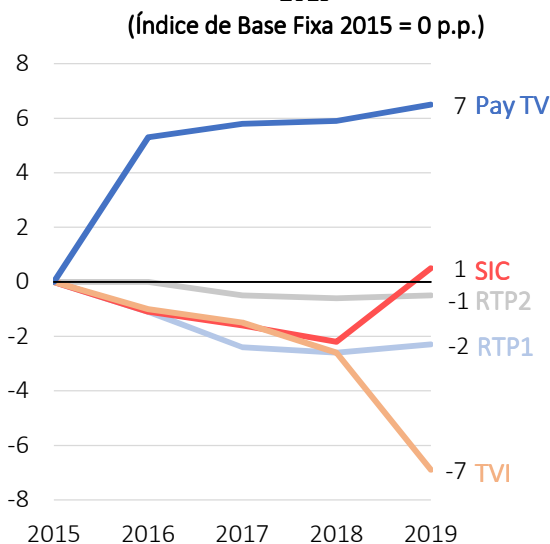
Fig. 4 - *Share* de audiência em horário nobre (20h - 23h), 2019



Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

Contudo, os serviços de programas cujo acesso está condicionado à televisão por assinatura têm vindo a ganhar maior importância, em detrimento da oferta disponibilizada pelos serviços de programas de acesso livre, facto que se evidencia através de uma análise evolutiva do *share* de audiência e que está relacionado com o aumento anual do número de assinantes de televisão paga.

Fig. 5 – Evolução do *share* de audiência nos serviços de programas em sinal aberto vs. Pay TV, 2015 – 2019



Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade”.

Entre 2015 e 2019, os serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura e de acesso condicionado, analisados pela Marktest, passaram de uma quota de audiência de 31,1 % para 37,6 %, por outras palavras, ganharam cerca de 7 p.p.

Por outro lado, as competições de futebol transmitidas pelos serviços de programas generalistas em sinal aberto continuaram a ocupar as primeiras posições do *ranking* dos programas mais vistos em Portugal. Em 2019, nove foram transmitidas pela RTP1 e uma

pela TVI. A celebração e o jogo da final da Liga das Nações da UEFA entre Portugal e Holanda, transmitidas pela RTP1, foram os programas mais vistos. A transmissão da cerimónia da entrega do troféu ao vencedor da competição teve uma audiência média de 2,70 milhões de espectadores e uma quota de audiência de 56,8 %.

Fig. 6 - Top 10 dos programas mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	RTP1	9/jun	LIGA DAS NAÇÕES: PÓS-MATCH - PORTUGAL X HOLANDA	27,9	56,8
2	RTP1	9/jun	LIGA DAS NAÇÕES: FINAL - PORTUGAL X HOLANDA	27,6	61,4
3	RTP1	14/out	EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - UCRÂNIA X PORTUGAL	25,6	47,4
4	RTP1	14/nov	EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LITUÂNIA	24,9	47,0
5	RTP1	5/jun	LIGA DAS NAÇÕES - PORTUGAL X SUÍÇA	24,3	53,0
6	RTP1	10/set	EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - LITUÂNIA X PORTUGAL	23,2	46,8
7	RTP1	11/out	EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LUXEMBURGO	23,0	46,6
8	RTP1	25/mar	EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X SÉRVIA	23,0	46,4
9	RTP1	4/ago	SUPERTAÇA CÂNDIDO DE OLIVEIRA - BENFICA X SPORTING	22,6	46,5
10	TVI	23/out	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X LYON	22,6	41,6

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Excluindo as competições de futebol, vários programas de ficção e de entretenimento encontram-se entre os mais vistos. No *ranking* apresentado, nove programas são transmitidos pela SIC e apenas um, o “Pesadelo na Cozinha”, pertence à grelha de programação da TVI.

Fig. 7 - Top 10 dos programas mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, excluindo o futebol, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	9/set	GOLPE DE SORTE II	16,8	33,3
2	SIC	9/set	NAZARÉ	16,8	31,7
3	SIC	28/out	TERRA BRAVA	16,4	32,1
4	SIC	10/nov	GOLPE DE SORTE: TEMPORADA FINAL	16,1	29,8
5	SIC	10/mar	QUEM QUER NAMORAR COM O AGRICULTOR?	15,8	31,7
6	SIC	29/set	XXIV GALA GLOBOS DE OURO: GALA DO ANO	14,9	32,5
7	SIC	13/out	CASADOS À PRIMEIRA VISTA II	14,7	27,8
8	TVI	1/dez	PESADELO NA COZINHA	14,5	27,1
9	SIC	19/out	TERRA NOSSA - ESPECIAL	14,3	29,4
10	SIC	7/dez	O PROGRAMA DA CRISTINA - ESPECIAL	14,3	31,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Considerando os programas mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, os programas desportivos, nomeadamente as competições de futebol, ocupam as primeiras posições do *ranking*. Esta tendência é mais visível na RTP1 (v. Anexo Fig. A2) e na TVI (v. Anexo Fig. A5), onde as dez primeiras posições são ocupadas pelos jogos de futebol.

O *ranking* da RTP2 distingue-se por ocupar nas primeiras cinco posições competições de futebol, mas do Campeonato do Mundo de Futebol de Praia e do Campeonato do Mundo de Futebol Feminino. Outras modalidades desportivas, como o ciclismo e o hóquei em patins, também fazem parte deste *ranking*. A décima posição é ocupada pela série estrangeira “Acredita, Faith” (v. Anexo Fig. A3).

No caso da SIC, além das competições de futebol da Liga Europa, quatro programas de ficção encontram-se entre os mais vistos. Estes são os últimos capítulos da II e III temporadas da série “Golpe de Sorte” e as telenovelas “Nazaré” e “Terra Brava”, todos eles transmitidos em horário nobre (v. Anexo Fig. A4).

Na televisão por assinatura, os serviços de programas de filmes e séries continuaram a ser os preferidos dos espectadores, seguido pelos de informação e infantis.

Fig. 8 - Tempo Médio de Visionamento e Share de audiência dos serviços de programas da televisão por assinatura por macro géneros, 2019

Macro género	ATV	Share (%)
Filmes e séries	00:37:18	12,6
Informação	00:29:14	9,9
Infantil	00:22:43	7,7
Generalista	00:13:23	4,5
Entretenimento/ <i>Lifestyle</i>	00:10:41	3,6
Desporto	00:09:50	3,3
Documentário	00:05:19	1,8

Nota: A classificação dos macro géneros é realizada pela Markttest.

Fonte: Markttest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

No que diz respeito aos programas mais vistos na televisão por assinatura, nove posições são ocupadas pela CMTV, especificamente pelos programas de informação “CM Jornal 20H” e “Investigação CM”, e por diversas competições de futebol. A telenovela brasileira “Salve Jorge” transmitida pela Globo também faz parte deste *ranking*.

Fig. 9 - Top 10 dos programas mais vistos nos serviços de programas da televisão por assinatura, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Descrição	Rating # (000)	Share (%)
1	CMTV	30/jan	CM JORNAL 20H	384,1	9,3
2	CMTV	3/fev	GOLOS: SPORTING X BENFICA	371,7	12,3
3	CMTV	22/nov	INVESTIGAÇÃO CM: PROSTITUIÇÃO LEGAL	363,4	9,4
4	CMTV	18/mai	GOLOS: BENFICA X SANTA CLARA / FC PORTO X SPORTING	349,5	13,8
5	CMTV	30/out	GOLOS	341,0	8,5
6	CMTV	3/fev	GOLOS: V. GUIMARÃES X FC PORTO	316,0	8,1
7	Globo	27/mar	SALVE JORGE	312,8	8,3
8	CMTV	4/mai	CM JORNAL 20H: PÓS-MATCH: BENFICA X PORTIMONENSE	310,3	10,7
9	CMTV	7/abr	GOLOS: FEIRENSE X BENFICA	309,9	9,4
10	CMTV	24/ago	GOLOS: BENFICA X FC PORTO	307,2	11,0

Fonte: Markttest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

AUDIÊNCIAS POR GÉNEROS TELEVISIVOS

Nos pontos seguintes apresentam-se os programas mais vistos transmitidos nos serviços de programas generalistas de acesso livre por géneros televisivos.

Informativos

Em 2019, os serviços noticiosos de horário nobre dos três principais serviços de programas generalistas em sinal aberto ocupam as primeiras posições no *ranking*. O “Jornal da Noite”, da SIC, posiciona-se no primeiro lugar com a edição de 21 de outubro com um *rating* de 14,0 % e um *share* de 26,5 %, desempenho obtido devido à rubrica de *fact checking* “Polígrafo SIC”. O “Jornal das 8”, da TVI, com um *rating* de 13,7 % e um *share* de 26,4 %, ocupa a segunda posição com a edição de 17 fevereiro, onde a homenagem à fadista Amália Rodrigues, bem como a rubrica “Gente Que Não Sabe Estar”

foram as peças mais vistas. Já o “Telejornal”, da RTP1, de 25 de maio ocupa a terceira posição, as peças mais vistas foram as de abertura do noticiário, as quais trataram sobre o resultado do jogo final da Taça de Portugal.

Fig. 10 - Top 5 dos programas informativos mais vistos nos serviços de programas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	21/out	JORNAL DA NOITE	14,0	26,5
2	TVI	17/fev	JORNAL DAS 8	13,7	26,4
3	RTP1	25/mai	TELEJORNAL	12,5	30,9
4	SIC	5/mar	PRIMEIRO JORNAL	11,3	32,0
5	RTP1	6/out	LEGISLATIVAS 2019: O NOVO PARLAMENTO	10,0	19,6

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Ficção

As produções de ficção emitidas pela SIC destacam-se em 2019, especialmente a série “Golpe de Sorte”, que ocupa três posições neste *ranking* com os capítulos finais da II e III temporadas (9 de setembro e 10 de novembro, respetivamente) e o primeiro capítulo da I temporada (27 de maio).

Fig. 11 - Top 5 dos programas de ficção mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	9/set	GOLPE DE SORTE II	16,8	33,3
2	SIC	9/set	NAZARÉ	16,8	31,7
3	SIC	28/out	TERRA BRAVA	16,4	32,1
4	SIC	10/nov	GOLPE DE SORTE: TEMPORADA FINAL	16,1	29,8
5	SIC	27/mai	GOLPE DE SORTE	14,1	29,6

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Entretenimento

Neste género, a SIC ocupa quatro posições com dois *reality shows* (“Quem Quer Namorar com o Agricultor?” e “Casados à Primeira Vista”), a entrega de prémios da XXIV Gala dos Globos de Ouro e o programa de humor “Terra Nossa”.

Fig. 12 - Top 5 dos programas de entretenimento mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	10/mar	QUEM QUER NAMORAR COM O AGRICULTOR?	15,8	31,7
2	SIC	29/set	XXIV GALA GLOBOS DE OURO: GALA DO ANO	14,9	32,5
3	SIC	13/out	CASADOS À PRIMEIRA VISTA II	14,7	27,8
4	TVI	1/dez	PESADELO NA COZINHA	14,5	27,1
5	SIC	19/out	TERRA NOSSA	14,3	29,4

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Desportivos – Excluindo o futebol

O serviço de programa principal do operador público, a RTP1, transmitiu os programas desportivos mais vistos pelos portugueses em 2019. Excluindo o futebol, as competições do Campeonato do Mundo de Hóquei em Patins e a jogo da final da Liga Sport Zone Futsal entre Benfica e Sporting preenche este *ranking*.

Fig. 13 - Top 5 dos programas desportivos, excluindo o futebol, mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	RTP1	14/jul	HÓQUEI EM PATINS - CAMP.DO MUNDO - ARGENTINA X PORTUGAL	9,6	30,0
2	RTP1	12/jul	HÓQUEI EM PATINS - CAMP.DO MUNDO - PORTUGAL X ESPANHA	8,4	18,9
3	RTP1	16/jun	FUTSAL - LIGA SPORTZONE - BENFICA X SPORTING	7,6	25,7
4	RTP1	8/jul	HÓQUEI EM PATINS - CAMP.DO MUNDO - ARGENTINA X PORTUGAL	7,1	14,4
5	RTP1	11/jul	HQUEI EM PATINS - CAMP.DO MUNDO - PORTUGAL X ITAÁLIA	6,8	15,4

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Cultura e conhecimento

A SIC e a RTP1 ocupam as primeiras posições no *ranking* dos programas de cultura e conhecimento mais vistos em 2019. O “Festival de Circo de Monte-Carlo”, transmitido pela SIC, foi o programa deste género mais visto e obteve uma audiência média de 12,1 % e um *share* de 29,9 %.

Fig. 14 - Top 5 dos programas de cultura e conhecimento mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	SIC	14/dez	FESTIVAL DE CIRCO DE MONTE-CARLO	12,1	29,9
2	RTP1	14/mar	FESTIVAL EUROVISÃO DA CANÇÃO 2019 – 1.ª SEMIFINAL	9,6	21,5
3	RTP1	12/jun	SANTO ANTONIO: MARCHAS POPULARES	9,0	26,2
4	SIC	15/dez	VIDA SELVAGEM - SERENGETI	8,5	28,0
5	RTP1	10/abr	PORTUGAL MAIS PERTO	8,2	16,8

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Infantis-juvenis

Os programas infantis-juvenis apresentam os valores de audiência mais baixos entre os géneros analisados. Em 2019, os programas “Desalinhado”, “Zig Zag” e “A Minha Grande Aventura”, da RTP2, ocupam as primeiras três posições do *ranking*.

Fig. 15 - Top 5 dos programas infantis-juvenis mais vistos nos serviços de programas generalistas em sinal aberto, 2019

Posição	Serviço de programas	Data	Programa	Rating (%)	Share (%)
1	RTP2	31/mar	DESALINHADO	0,9	2,9
2	RTP2	27/set	ZIG ZAG	0,9	2,5
3	RTP2	10/mai	A MINHA GRANDE AVENTURA	0,8	1,8
4	SIC	30/mar	GUARDIÕES DA GALÁXIA	0,8	11,0
5	SIC	12/mai	LITERACIA 3DI	0,7	13,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

3. RÁDIO

OFERTA

Em 2019, segundo os registos da ERC, 328 serviços de programas estão ativos, menos um do que no ano anterior. Considerando a área de cobertura, duas rádios têm uma abrangência internacional (sem frequências no território português), seis nacional, cinco

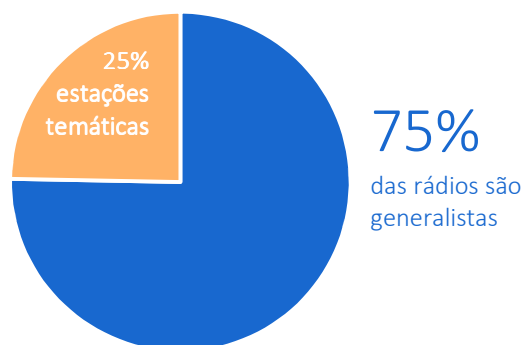
regional, uma regional-local e 314 local⁵. Salienta-se que a área de cobertura não dificulta o acesso, pois grande parte dos serviços de programas disponibiliza a sua emissão pela internet.

No que diz respeito à tipologia dos serviços de programas radiofónicos, 75,3 % são rádios generalistas, com uma componente informativa que devem cumprir, e as restantes são temáticas, destacando-se as musicais (60 estações).

Fig. 16 – Serviços de programas por cobertura e tipo de programação, 2019

Cobertura/Tipo de programação	Estações
Internacional	2
Generalista	2
Nacional	6
Generalista	4
Temático	2
Regional	5
Generalista	2
Temático	3
Local e Regional	1
Generalista	1
Local	314
Generalista	238
Temático	76
Total Geral	328

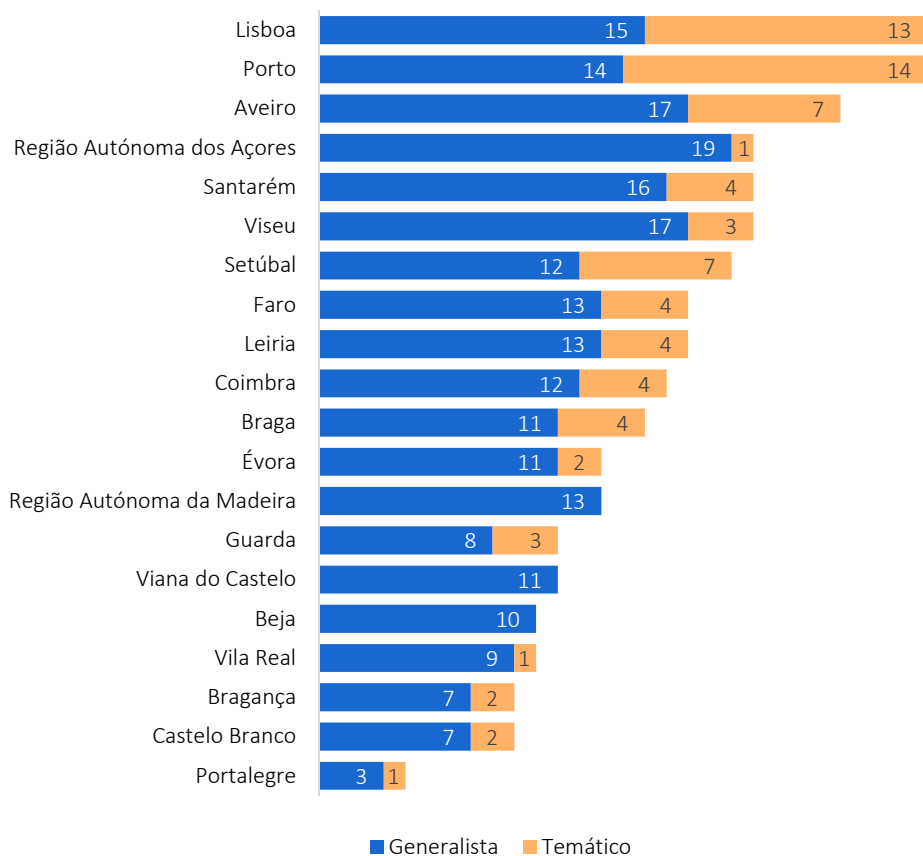
Fonte: ERC.



Entre os serviços de programas locais, Lisboa e Porto concentram o maior número, com 28 cada distrito. Portalegre é o distrito com o menor número de rádios.

Fig. 17 – Serviços de programas de cobertura local por distrito, 2019

⁵ Cf. no presente Relatório de Regulação o capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”.



Fonte: ERC.

CONSUMO

Segundo a Marktest⁶, em 2019, 60,0 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos ouviram rádio, o que significa um aumento de 3,8 p.p. face a 2018. Os homens, as pessoas entre os 35 e os 44 anos e as classes sociais mais altas (A e B) revelaram maior afinidade com este meio de comunicação social.

O tempo médio de escuta diária de rádio foi de 3 horas e 8 minutos, ou seja, 19 minutos mais do que em 2018. Por outro lado, em 2019, 22,6 % dos residentes no continente com 15 e mais anos ouviram rádio pela internet, sendo os jovens entre os 25 e os 34 anos, o grupo etário que mostrou maior afinidade com este hábito.

O serviço de programas generalista Rádio Comercial, do grupo radiofónico Media Capital, foi o mais ouvido, com uma audiência acumulada de véspera de 18,7 %, seguida da rádio RFM, serviço de programas generalista do Grupo Renascença, com 17,9 %. Ambos os serviços de programas são de cobertura nacional.

Comparando os indicadores de audiência entre 2018 e 2019, as rádios dos principais grupos de *media* analisadas mostraram um aumento no valor médio de ouvintes, com exceção da Rádio Sim (-0,2 p.p.) e da Antena 2 (0,0 p.p.).

Fig. 18 - Tempo Médio de Audiência e Audiência Acumulada de Véspera 2018 – 2019

⁶ “Anuário de Media & Publicidade 2019”. As análises das audiências de rádio, apresentadas no anuário, são realizadas com os dados do estudo “Bareme Rádio”, da Marktest.

Grupos /Serviços de programas	Tipo de programação	2018		2019		Variação AAV (p.p)
		ATSL	AAV (%)	ATSL	AAV (%)	
Grupo Media Capital		02:23	24,6	02:28	27,8	3,2
Rádio Comercial	Generalista	02:14	17,2	02:19	18,7	1,5
M80	Temático - Musical	02:15	6,1	02:24	7,0	0,9
Cidade FM	Temático - Musical	01:36	2,6	01:34	3,9	1,3
Smooth FM	Temático - Musical	02:07	0,8	01:40	1,1	0,3
Vodafone	Temático - Musical	01:23	0,3	01:26	0,4	0,1
Grupo Renascença		02:18	24,0	02:31	26,5	2,5
RFM	Generalista	02:18	16,6	02:36	17,9	1,3
R. Renascença	Generalista	02:06	4,9	02:13	5,8	0,9
Mega Hits	Temático - Musical	01:26	2,9	01:25	3,5	0,6
Rádio Sim	Generalista	02:46	0,9	03:28	0,7	-0,2
Grupo RDP		02:14	6,6	02:12	7,1	0,5
Antena 1	Generalista	02:15	4,6	02:13	4,8	0,2
Antena 3	Temático - Segmento de Público (Jovem)	01:58	1,8	01:46	2,0	0,2
Antena 2	Temático - Cultural	01:32	0,5	01:57	0,5	0,0
TSF (Global Media Group)	Temático - Informativo	01:44	2,7	01:48	3,3	0,6
Total Rádio		02:49	56,2	03:08	60,0	3,8

Tempo Médio de Audiência (ATSL): consiste na média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário ou no total do dia. Expresso em horas e minutos.

Audiência Acumulada de Véspera (AAV): percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido.

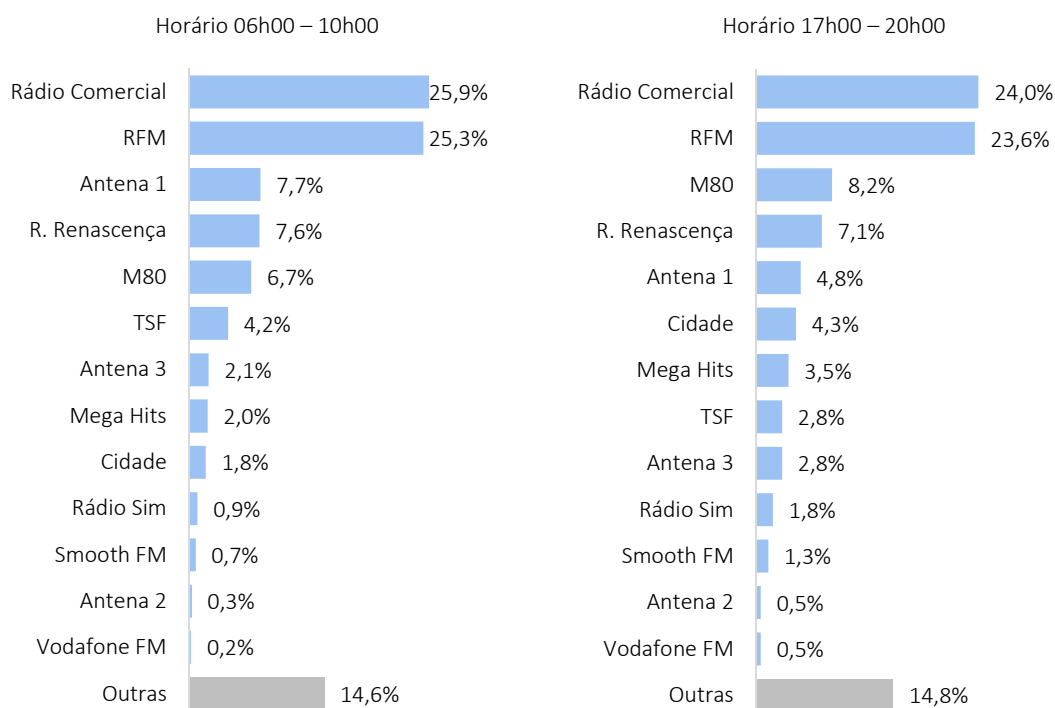
Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

Em Portugal, o consumo diário de rádio apresenta dois picos de audiência, um no horário entre as 06h00 e as 10h00 (32,3 % de AAV) e outro entre as 17h00 e as 20h00 (29,8 % de AAV), ambos influenciados pelos ouvintes de rádio no carro durante os dias de semana.

Analisando a quota de audiência em ambos horários, a Rádio Comercial e RFM concentraram 51,2 % do *share* no horário da manhã, nomeadamente com os programas transmitidos nos dias de semana “Manhãs da Comercial” e “Café da Manhã”, respetivamente. Já durante o pico de audiência da tarde, ambas as rádios continuaram a ser as mais ouvidas, totalizando uma quota de audiência de 47,6 %, com os programas transmitidos nos dias de semana “Já Se Faz Tarde”, da Rádio Comercial, e o programa da apresentadora Catarina Figueiredo, da RFM.

Fig. 19 - *Share* de audiência das principais franjas horárias, 2019

ERC – Relatório de Regulação 2019



Share de audiência (%): percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de rádio, num período.

Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

4. IMPRENSA

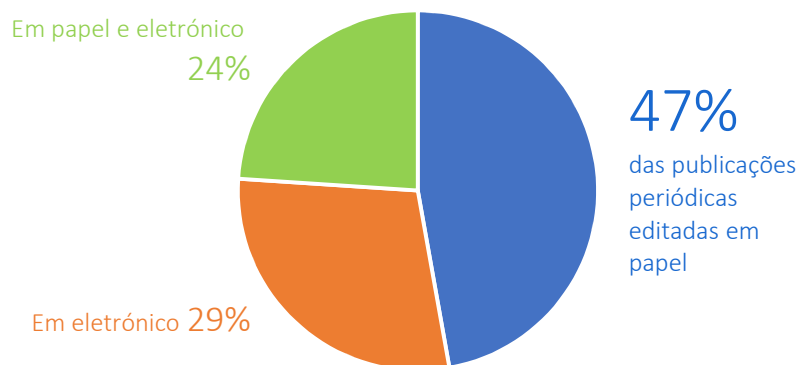
OFERTA

No final de 2019, nos registos da ERC encontram-se 1725 publicações periódicas ativas, menos 45 do que no ano anterior, das quais 56,5 % são de âmbito nacional, 43,4 % regional e uma publicação de alcance internacional⁷.

Em termos de suporte, a maioria da imprensa portuguesa é produzida em papel (47,2 %). Já o suporte eletrónico cobre 28,9 % das publicações.

Fig. 20 – Publicações periódicas ativas por suporte de difusão, 2019

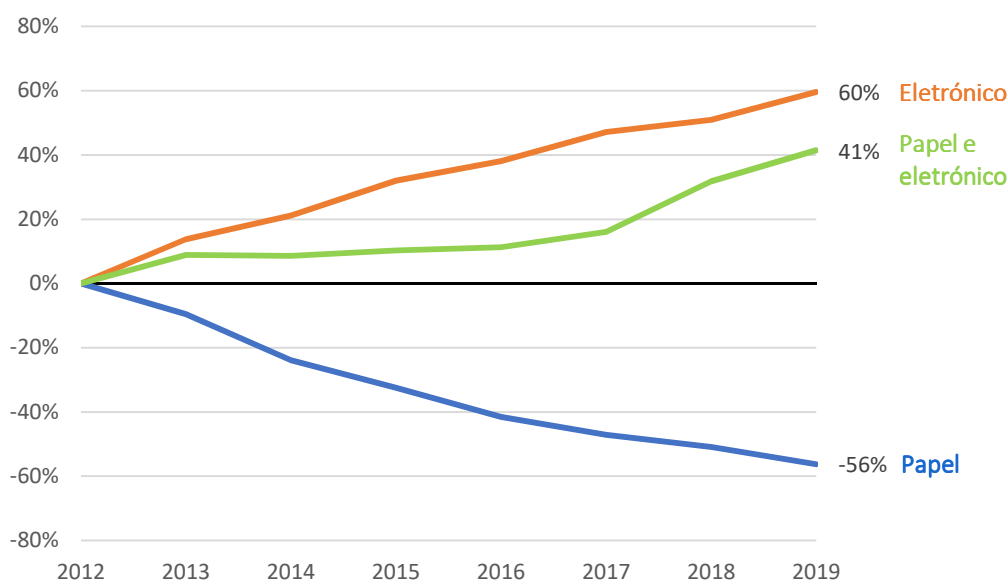
⁷ Trata-se da revista Lusopress, dirigida às comunidades portuguesas no estrangeiro e que circula em Portugal, França, Bélgica, Inglaterra, Estados Unidos da América, entre outros países. Para conhecer mais detalhes das publicações registadas, consultar o capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”, do presente relatório.



Fonte: ERC.

Salienta-se que a imprensa é o setor mais afetado pelo consumo de informação digital. O número de publicações impressas continua a diminuir anualmente. Entre 2012 e 2019, 56,3 % das publicações em formato papel saíram do mercado. Em contrapartida, os grupos de *media* apostam cada vez mais no formato digital ou na publicação em formato papel e eletrónico em simultâneo.

Fig. 21 – Evolução das publicações periódicas ativas por suporte de difusão, 2012 – 2019 (Índice de Base Fixa 2012 = 0%)



Fonte: ERC.

Tendo em conta o tema do conteúdo principal, os dados do “Inquérito às publicações periódicas de 2018”, do Instituto Nacional de Estatística, que cobre a quase totalidade das publicações editadas em papel ou em papel e eletrónico simultaneamente, revelam que a maioria das publicações colocadas no mercado corresponde a informação geral (46,0 %).

Fig. 22 - Publicações periódicas segundo o tema do conteúdo principal, 2018



Fonte: INE. “Estatísticas da Cultura, 2018”.

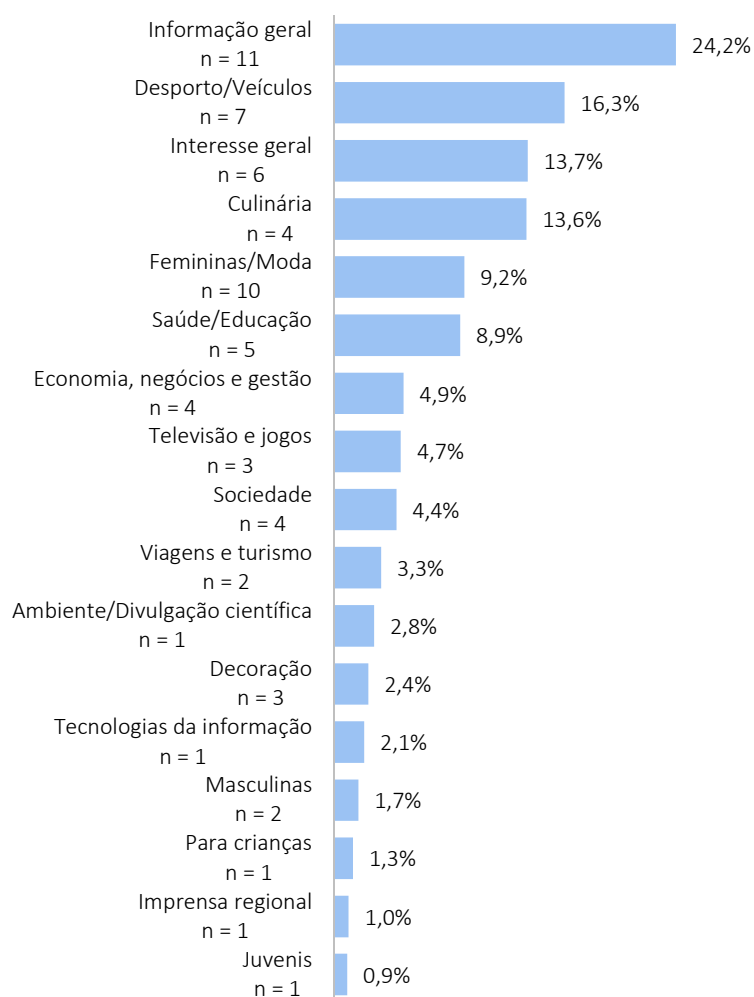
CONSUMO

De acordo com a Marktest⁸, em 2019, 78,4 % dos residentes em Portugal Continental com 15 e mais anos leram ou folhearam um título de imprensa, menos 3.1 p.p. que no ano anterior. Os homens, os indivíduos entre os 35 e os 44 anos e os pertencentes às classes sociais altas (A e B) foram os grupos que registaram maiores níveis de audiência média, ou seja, tiveram uma maior afinidade com a imprensa em papel.

As publicações de informação geral foram as mais procuradas, com uma audiência média de 24,2 %, seguidas pelas publicações de desporto e veículos, com 16,3 %.

Fig. 23 - Audiência média por tipo de publicação, 2019

⁸ “Anuário de Media & Publicidade 2019”. As análises das audiências de imprensa, apresentadas no anuário, apenas considera as publicações impressas e são realizadas com os dados do estudo “Bareme Imprensa”, da Marktest,



Fonte: Marktest. Anuário de Media & Publicidade 2019.

Em 2019, o jornal diário de informação geral Correio da Manhã foi a publicação mais lida, com uma audiência média de 10,7 %, ou seja, cada edição foi contactada por uma média diária de mais de 916 mil leitores, seguido do diário Jornal de Notícias (9,6 %), com uma média diária de mais de 822 mil leitores.

Fig. 24 - Audiência média das publicações periódicas de informação geral, 2019

Publicação	2018	2019	Varição
------------	------	------	---------

		Audiência média (%)	Audiência média (%)	Audiência (p.p.)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	11,1	10,7	-0,4
	Jornal de Notícias	9,8	9,6	-0,2
	Público	4,7	4,8	0,1
	Destak (Gratuito)	1,5	1,6	0,1
	Jornal i	1,0	0,9	-0,1
Jornal (Semanal)	Expresso	4,9	4,9	0,0
	Diário de Notícias	3,3	2,9	-0,4
	Sol	1,3	1,1	-0,2
Revista (Semanal)	Visão	4,0	3,6	-0,4
	Sábado	3,0	2,8	-0,2
Revista (Mensais)	Courrier Internacional	0,9	0,6	-0,3

Fonte: Marktest. *Anuário de Media & Publicidade 2019*.

Nas publicações de informação especializada, a revista mensal da Associação Portuguesa da Defesa do Consumidor, Proteste, (8,5 %), o jornal diário desportivo A Bola (8,1 %) e a revista bimensal de culinária Sabe Bem (7,9 %) obtiveram as maiores audiências⁹.

Os dados consultados da Marktest referem-se apenas ao consumo de imprensa em papel, para conhecer a preferências dos portugueses no digital recorreu-se aos dados da APCT, embora permitam realizar apenas uma aproximação do consumo¹⁰. Esta fonte publica anualmente os valores de circulação impressa e digital, ou seja, o número de exemplares, em ambos suportes de difusão, colocados no mercado e que chegaram aos leitores.

Considerando as publicações de informação geral em suporte digital (v. Anexo Fig. A6), o jornal semanal Expresso registou a maior circulação, com 30,1 mil assinaturas. O jornal Público foi o diário digital com mais assinaturas, especificamente 16,9 mil. Na informação regional (v. Anexo Fig. A7), o Diário de Notícias da Madeira destacou-se, com 1,3 mil assinaturas digitais.

Por seu lado, na informação especializada, as publicações setoriais apresentaram a maior circulação digital com o jornal semanal The News Portugal (46,8 mil) e a revista mensal da Ordem dos Advogados (32,0 mil). Outras publicações de informação especializada que se destacaram no digital são a revista mensal de tecnologias de informação Exame Informática (8,5 mil) e o jornal semanal de economia, políticas públicas, finanças e negócios O Jornal Económico (6,3 mil).

A circulação de publicações periódicas em 2019, divulgada pela APCT, demonstra um comportamento semelhante ao dos anos anteriores, ou seja, na maioria das publicações de informação geral e especializadas regista-se uma quebra na circulação impressa e um aumento da circulação de assinaturas digitais. Ainda assim, os valores médios por edição digital não atingem os da circulação em papel, como se pode observar nas tabelas apresentadas nos anexos.

5. INTERNET

⁹ A Marktest analisa as audiências de 66 títulos no mercado português.

¹⁰ A APCT divulga dados de tiragem e circulação das publicações dos seus editores associados e não calcula, como a Marktest, a população que contacta com cada edição de um determinado título. O “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”, da APCT, mostra os dados de 68 títulos no mercado português.

CONSUMO

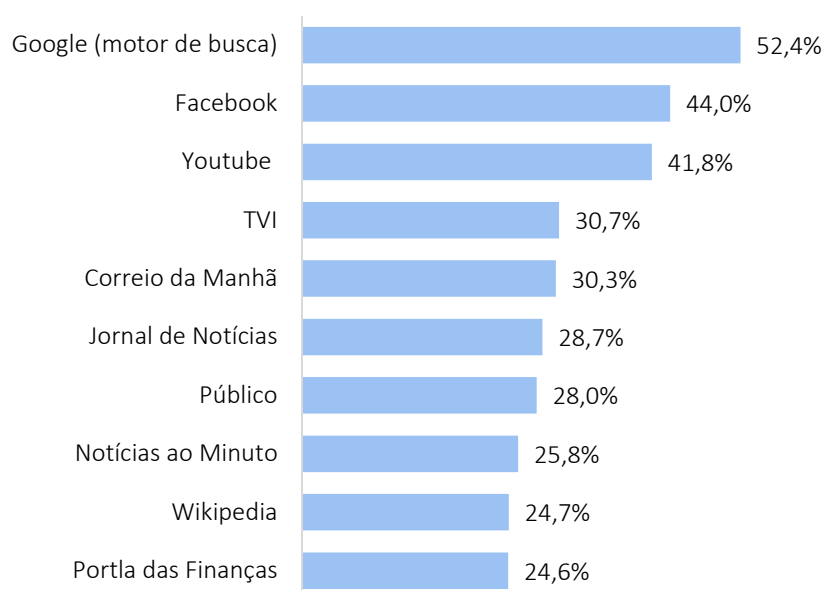
Segundo o INE¹¹, em 2019, 76,2 % dos residentes em Portugal entre os 16 e os 74 anos referiram já ter usado a internet em algum momento, mais 0,9 p.p. do que em 2018. O uso da rede foi mais frequente entre os homens, as pessoas entre os 16 e os 44 anos e as que completaram o ensino secundário ou o ensino superior.

A utilização da *net* em equipamentos portáteis fora de casa e do local de trabalho é habitual entre os portugueses (84,1 %), principalmente através do telemóvel ou *smartphone*. A mesma fonte refere que a participação em redes sociais é uma prática comum para 80,2% dos utilizadores de internet.

Analisando as audiências, segundo os dados do “Anuário de Media e Publicidade”, da Marktest¹², o motor de busca Google obteve o maior *reach* em 2019, alcançando 52,4 % dos residentes em Portugal Continental com 15 anos e mais, o equivalente a 4,5 milhões indivíduos. A segunda e terceira posição são ocupadas pela rede social Facebook e pela plataforma de vídeos YouTube, com 44,0 % e 41,8 %, respetivamente.

Os *sites* dos grupos de *media* também fazem parte deste *ranking*, destacando-se o *site* de televisão da TVI, com um alcance de 30,7 %, ou seja, 2,6 milhões de indivíduos. Outras entidades do setor, mas de informação, estão na lista dos dez *sites* com maior *reach*, estes são: o Correio da Manhã, o Jornal de Notícia, o Público e o Notícias ao Minuto.

Fig. 25 - Top 10 das entidades em *reach*, 2019



Fonte: Marktest. *Anuário de Media & Publicidade 2019*.

Em 2019, os principais *sites* de televisão – TVI, SIC e RTP – aumentaram a sua percentagem de alcance face a 2018, e a TVI, além de obter o maior *reach*, liderou em *pageviews*, ou seja, no número de vezes que a página foi mostrada.

¹¹ “Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias 2019”.

¹² “Anuário de Media & Publicidade 2019”. As análises das audiências de internet, apresentadas no anuário, são realizadas com os dados do estudo “netAudience”, da Marktest.

Fig. 26 - *Reach e pageviews dos sites de televisão, 2018-2019*

Entidade	2018		2019		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
TVI	70 469	22,1	91 282	30,7	8,6
SIC	19 169	17,0	28 419	21,2	4,2
RTP	9 798	11,7	11 554	14,0	2,3

Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

Considerando os primeiros cinco *sites* de rádio com maior alcance, em 2019, a TSF ocupa a primeira posição com 11,1 % de *reach* e quase 7 milhões de visualizações. A Rádio Comercial e a RFM, apesar de estarem na terceira e na quinta posição, respetivamente, foram os *sites* de rádio com o maior número de visualizações.

Fig. 27 - *Reach e pageviews dos sites de rádio, 2018-2019*

Entidade	2018		2019		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
TSF	6 321	7,6	6 925	11,1	3,5
Rádio Renascença	5 221	3,7	5 676	6,5	2,8
Rádio Comercial	49 509	3,5	58 849	4,4	0,9
RFM	58 537	2,9	65 631	3,5	0,6
Hiper FM	1 731	1,4	3 030	3,0	1,6

Nota: Considera-se apenas os cinco sites de rádio com maior *reach* em 2019.

Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

Nos *sites* de informação, o Correio da Manhã teve o maior alcance e o maior número de visualizações, especificamente mais de 2,5 milhões de indivíduos (30,3 %) contactaram com este *site*, totalizando cerca de 96 milhões de visualizações em 2019. O *site* Notícias ao Minuto destacou-se com um aumento de quase oito pontos percentuais no *reach* entre 2018 e 2019, sendo visto por mais de 2,2 milhões de utilizadores.

Fig. 28 - *Reach e pageviews dos sites de informação, 2018-2019*

Entidade	2018		2019		Variação Reach (p.p)
	Pageviews (000)	Reach (%)	Pageviews (000)	Reach (%)	
Correio da Manhã	111 885	28,3	96 206	30,3	2,0
Jornal de Notícias	60 794	23,5	54 503	28,7	5,2
Público	31 047	23,5	41 618	28,0	4,5
Notícias ao Minuto	46 674	17,9	59 567	25,8	7,9
Expresso	21 742	17,8	26 039	22,6	4,8

Nota: Considera-se apenas os cinco sites de informação com maior *reach* em 2019.

Fonte: Marktest. “Anuário de Media & Publicidade 2019”.

ANEXOS

OFERTA E CONSUMOS DE *MEDIA*

Fig.A1 - Serviços de programas televisivos com licença/autorização ativos em Portugal, 2019

Tipologia	Nº de serviços de programas	Designação dos serviços de programas
Generalistas	13	Correio da Manhã TV
		Porto Canal
		RTP 1
		RTP 2
		RTP Açores
		RTP África
		RTP Internacional
		RTP Madeira
		SIC
		SIC Internacional
		TVI
Desporto	13	TVI África
		TVI Internacional
		11
		A Bola TV
		BTV 1
		Fuel TV
		NOS Sports
		Sport TV +
		Sport TV 1
		Sport TV 2
		Sport TV 3
Sport TV 4		
Sport TV 5		
Sport TV África 1		
Sporting TV		
Filmes e séries	10	Canal BLAST
		Cinemundo
		DStv Pipoca
		Hollywood
		NOS Studios
		TV Cine Action
		TV Cine Edition
		TV Cine Emotion
		TV Cine Top
		TVSéries
Entretenimento	5	Q
		SIC Caras
		SIC Radical
		TVI Reality
		ZAP Viva
Informação	4	RTP 3
		RTV
		SIC Notícias
Infantojuvenil	4	TVI 24
		Canal Panda
		Panda Biggs
		SIC K
Religião	2	Txillo
		Kuriakos TV
Música	2	TV Canção Nova Portugal
		MTV Portugal
Outros	9	MVM
		Canal 180
		Canal NOS
		Hot TV
		Localvisão TV
		RTP Memória
		S+
		SIC Mulher
		TVI Ficção
ZAP Novelas		

Fonte: ERC.

Fig. A2 - Top 10 dos programas mais vistos na RTP1, 2019

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	9/jun	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES: PÓS-MATCH - PORTUGAL X HOLANDA	27,9	56,8
2	9/jun	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES: FINAL - PORTUGAL X HOLANDA	27,6	61,4
3	14/out	FUTEBOL - EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - UCRÂNIA X PORTUGAL	25,6	47,4
4	14/nov	FUTEBOL - EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LITUÂNIA	24,9	47,0
5	5/jun	FUTEBOL - LIGA DAS NAÇÕES - PORTUGAL X SUÍÇA	24,3	53,0
6	10/set	FUTEBOL - EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - LITUÂNIA X PORTUGAL	23,2	46,8
7	11/out	FUTEBOL - EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X LUXEMBURGO	23,0	46,6
8	25/mar	FUTEBOL - EURO 2020: QUALIFICAÇÃO - PORTUGAL X SÉRVIA	23,0	46,4
9	4/ago	FUTEBOL - SUPERTAÇA CÂNDIDO DE OLIVEIRA - BENFICA X SPORTING	22,6	46,5
10	6/fev	FUTEBOL - TAÇA DE PORTUGAL - BENFICA X SPORTING	22,4	41,1

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A3 Top 10 dos programas mais vistos na RTP2, 2019

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	1/dez	FUTEBOL DE PRAIA - CAMP. DO MUNDO - ITÁLIA X PORTUGAL	3,3	5,9
2	3/jul	FUTEBOL FEMININO - CAMPEONATO DO MUNDO - HOLANDA X SUÉCIA	2,3	5,1
3	30/nov	FUTEBOL DE PRAIA - CAMP. DO MUNDO - JAPÃO X PORTUGAL	2,1	4,6
4	7/jul	FUTEBOL FEMININO - CAMPEONATO DO MUNDO - E.U.A. X HOLANDA	2,0	7,1
5	2/jul	FUTEBOL FEMININO - CAMPEONATO DO MUNDO - INGLATERRA X E.U.A.	2,0	4,5
6	20/jul	CICLISMO - VOLTA A FRANÇA	1,9	6,6
7	11/mai	HÓQUEI EM PATINS - LIGA EUROPEIA: FINAL FOUR - SPORTING X BENFICA	1,9	7,0
8	30/jun	FUTEBOL - CAMP.EUROPA SUB 21 - ESPANHA X ALEMANHA	1,8	4,2
9	27/jul	CICLISMO - VOLTA A FRANÇA	1,7	5,8
10	5/ago	ACREDITA, FAITH	1,6	3,7

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A4 - Top 10 dos programas mais vistos na SIC, 2019

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	11/abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA - BENFICA X E. FRANKFURT	22,0	44,5
2	14/mar	FUTEBOL - LIGA EUROPA - BENFICA X DINAMO ZAGREB	21,9	44,2
3	18/abr	FUTEBOL - LIGA EUROPA - E. FRANKFURT X BENFICA	21,2	45,3
4	21/fev	FUTEBOL - LIGA EUROPA - BENFICA X GALATASARAY	18,7	37,3
5	24/out	FUTEBOL - LIGA EUROPA - SPORTING X ROSENBORG	17,6	34,0
6	12/dez	FUTEBOL - LIGA EUROPA - FC PORTO X FEYENOORD	17,2	32,6
7	9/set	GOLPE DE SORTE II	16,8	33,3
8	9/set	NAZARÉ	16,8	31,7
9	28/out	TERRA BRAVA	16,4	32,1
10	10/nov	GOLPE DE SORTE: TEMPORADA FINAL	16,1	29,8

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A5 - Top 10 dos programas mais vistos na TVI, 2019

Posição	Data	Descrição	Rating (%)	Share (%)
1	23/out	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X LYON	22,6	41,6
2	26/jan	FUTEBOL - TAÇA DA LIGA ALLIANZ CUP (FINAL) - FC PORTO X SPORTING	22,4	44,9
3	27/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - LEIPZIG X BENFICA	22,2	41,7
4	12/fev	LIGA DOS CAMPEÕES - ROMA X FC PORTO	22,0	42,5
5	6/mar	LIGA DOS CAMPEÕES - FC PORTO X ROMA	21,8	42,7
6	5/nov	LIGA DOS CAMPEÕES - LYON X BENFICA	21,2	41,0
7	17/set	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X LEIPZIG	21,0	41,4
8	9/abr	LIGA DOS CAMPEÕES - LIVERPOOL X FC PORTO	21,0	43,5
9	10/dez	LIGA DOS CAMPEÕES - BENFICA X ZENIT	20,8	40,1
10	2/out	LIGA DOS CAMPEÕES - ZENIT X BENFICA	20,7	40,5

Nota: Sem programas repetidos. Tipo de audiência: total dia consolidado.

Fonte: CAEM.

Fig. A6 - Circulação de publicações nacionais de informação geral (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Diário)	Correio da Manhã	Cofina Media S.A.	76 056	-8,9	1 712	14,3	77 768	-8,5
	Jornal Destak (Gratuito)	Cofina Media S.A.	55 000	-10,8	-	-	55 000	-10,8
	Jornal de Notícias	Global Notícias - Media Group, S.A.	40 392	-8,0	5 179	-1,1	45 571	-7,3
	Diário de Notícias (Digital)	Global Notícias - Media Group, S.A.	-	-	1 646	-48,2	7628	-37,7
	Público	Público – Comunicação Social, S.A.	17 786	-2,2	16 994	10,3	34 780	3,5
Jornal (Semanal)	Expresso	Impresa Publishing, S.A.	57 519	-7,2	30 597	10,5	88 116	-1,8
	Diário de Notícias (Impresso)	Global Notícias - Media Group, S.A.	5 982	-34,0	-	-	7628	-37,7
Jornal (Bimestral)	Tempo Livre	Fundação INATEL	114 515	-3,1	-	-	114 515	-3,1
Revista (Semanal)	Sábado	Cofina Media S.A.	40 104	1,4	1 959	-5,6	42 063	1,0
	Visão	Trust In News, Unipessoal, Lda.	36 344	-11,9	2 682	-0,2	39 026	-11,2
Revista (Bimestral)	Visão História	Trust In News, Unipessoal, Lda.	17 816	-10,5	-	-	17 816	-10,5
Revista (Mensal)	Seleções do Reader's Digest	Global Family Editions, S.A.	27 777	-7,2	-	-	27 777	-7,2
	Courrier International	Trust In News, Unipessoal, Lda.	10 874	-10,6	1 002	-6,4	11 876	-10,3

Fonte: APCT. "Boletim Informativo Jan/Dez 2019".

Fig. A7 - Circulação de publicações de informação regional (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação Total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Diário)	Diário de Notícias da Madeira	Empresa do Diário de Notícias da Madeira Lda.	7365	-6,6	1 341	4,4	8706	-5,1
	Diário de Coimbra	Diário de Coimbra, Lda.	7158	-1,3	44	-13,7	7202	-1,4
	Diário de Aveiro	Diário de Aveiro, Lda.	4285	-1,5	34	-5,6	4319	-1,5

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A8 - Circulação das publicações de economia, negócios e gestão (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Diário)	Jornal de Negócios	Cofina Media S.A.	5144	-3,1	5152	-3,1	10 296	-3,1
Jornal (Semanal)	O Jornal Económico	Megafin – Sociedade Editora, S.A.	4189	49,1	6363	145,3	10 552	95,3
	Vida Económica	Vida Económica – Editorial, S.A.	5806	1,1	-	-	5806	1,1
Revista (Mensal)	Marketeer	Multipublicações, Lda.	16 416	0,6	-	-	16 416	0,6
	Executive Digest	Multipublicações, Lda.	14 099	-0,8	-	-	14 099	-0,8
	Exame	Trust In News, Unipessoal, Lda.	7420	-20,8	967	-20,3	8387	-20,8

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A9 - Circulação das publicações de desporto e veículos (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Diário)	Record	Cofina Media S.A.	30 166	-4,8	2267	5,5	32 433	-4,1
	O Jogo	Global Notícias - Media Group, S.A.	14 787	-8,7	2644	4,4	17 431	-6,9
Jornal (Mensal)	Jornal das Oficinas	AP Comunicação de João Vieira Publicações unipessoal, Lda.	10 000	0,0	-	-	10 000	0,0
Revista (semanal)	Autofoco	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	6187	-2,2	47	-	6234	-1,5
Revista (mensal)	Carros & Motores	Editorial GrupoV Portugal, Lda.	21 296	1,1	-	-	21 296	1,1
	Automotive	Prosa Serena Unipessoal, Lda.	9957	-0,4	-	-	9957	-0,4
	Turbo	Terra de Letras - Comunicação Unipessoal, Lda.	7542	-15,0	-	-	7542	-15,0

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A10 - Circulação das revistas femininas/moda (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Semanal	Maria	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	82 313	-18,6	4	-92,5	82 317	-18,6
	Ana	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	11 159	-29,4	1	-90,0	11 160	-29,4
Mensal	Happy Woman	Baleska Press – Publicações e Marketing, Lda.	57 349	-12,8	-	-	57 349	-12,8
	Telenovelas	Trust In News, Unipessoal, Lda.	31 239	-17,9	-	-	31 239	-17,9
	Saber Viver	How - House of Words, Lda.	26 541	-1,2	-	-	26 541	-1,2
	Revista Cristina	Treze7, Lda.	24 532	-38,4	1167	-6,8	25 699	-37,5
	Máxima	Cofina Media S.A.	21 908	-21,7	1037	-0,7	22 945	-21,0
	Activa	Trust In News, Unipessoal, Lda.	18 755	-18,7	555	1,3	19 310	-18,2
	Elle	RBA - Publicações, Lda.	17 683	-18,1	696	20,0	18 379	-17,1
Lux Woman	Masemba, Lda.	15 641	-8,1	-	-	15 641	-8,1	

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A11 - Circulação das revistas masculinas (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Men’s Health	Global Notícias - Media Group, S.A.	7783	-13,7	951	58,5	8734	-9,2

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A12 - Circulação das revistas de sociedade (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Semanal	Nova Gente	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	56 769	-7,0	2	-81,8	56 771	-7,0
	Caras	Trust In News, Unipessoal, Lda.	25 566	-11,6	0	-100,0	25 566	-12,5
	Lux	Masemba, Lda.	19 700	-15,8	1 791	242,4	21 491	-10,2
	Vip	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	18 182	-11,2	3	-62,5	18 185	-11,2

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A13 - Circulação das revistas de televisão/jogos (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Semanal	TV 7 Dias	Descobrirpress, Serviços Editoriais e Gráficos, S.A.	61 892	-17,3	4	-69,2	61 896	-17,3
	TV Guia	Cofina Media S.A.	46 901	-0,2	992	0,2	47 893	-0,2
	TV Mais	Trust In News, Unipessoal, Lda.	28 918	-9,8	0	-100,0	28 918	-10,1

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A14 - Circulação das revistas de ambiente/divulgação científica (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	National Geographic Portugal	RBA-Revistas Portugal, Lda.	17 769	-8,6	1 265	22,6	19 034	-7,0

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A15 - Circulação das publicações de cultura/espetáculo (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Quinzenal)	Jornal de Letras, Artes & Ideias	Trust In News, Unipessoal, Lda.	5811	-6,3	067	97,6	6878	2,1
Revista (Mensal)	Ticketline Magazine	Ticketline, Lda.	35 000	0,0	-	-	35 000	0,0
Revista (Trimestral)	Revista Ler	Fundação Círculo de Leitores	4520	4,1	-	-	4520	4,1

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A16 - Circulação das revistas juvenis (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Visão Júnior	Trust In News, Unipessoal, Lda.	9036	-16,7	930	22,0	9966	-14,1

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A17 - Circulação das revistas para crianças (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Happy Kids (Impressa)	Ficções Média Comunicação Conteúdos e Organização de Eventos Lda.	150 000	0,0

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A18 - Circulação das revistas de culinária (valores médios por edição), 2019

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Continente Magazine (Impressa)	Público - Comunicação Social, S.A.	90 715	-5,9

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A19 - Circulação das revistas de decoração (valores médios por edição), 2019

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Bimestral	Attitude	TVF II, Comunicação e Editores Unipessoal, Lda.	5 399	7,7	879	57,0	6278	12,6
Mensal	Caras Decoração	Trust In News, Unipessoal, Lda.	9 635	-20,9	0	-100,0	9635	-22,6

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A20 - Circulação das publicações de saúde/educação (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Períodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Mensal)	O JornalDentistry	Medianext Professional Information, Lda.	4999	-0,2	6318	50,6	11 317	23,0
Revista (Mensal)	PREVENIR	How - House of Words, Lda.	26 691	4,4	-	-	26 691	4,4
Revista (Bimensal)	ph + informação com a sua farmácia	How - House of Words, Lda.	78 500	0,0	-	-	78 500	0,0
	Visão Saúde	Trust In News, Unipessoal, Lda.	14 229	14,9	-	-	14 229	14,9
Revista (Trimestral)	Women's Health	Global Notícias - Media Group, S.A.	10 632	5,4	190	111,1	10 822	6,3

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A21 - Circulação das revistas de tecnologias da informação (valores médios por edição), 2019

Períodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Exame Informática	Trust In News, Unipessoal, Lda.	9845	-17,8	8 524	-20,4	18 369	-19,1
	Gadget & PC	Editorial GrupoV Portugal, Lda.	5408	-4,3	-	-	5408	-4,3

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A22 - Circulação das revistas de viagens e turismo (valores médios por edição), 2019

Periodicidade	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Mensal	Across - Luxury Travel & Safaris	Luxuspress - Publicações, Lda.	10 829	0,3	-	-	10 829	0,3
	Volta ao Mundo	Global Notícias - Media Group, S.A.	5737	-15,3	2 269	-6,8	8006	-13,0

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

Fig. A23 - Circulação das publicações sectoriais (valores médios por edição), 2019

Tipo de publicação (Periodicidade)	Publicação	Editor	Circulação impressa	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação digital	Taxa de variação 2018/19 (%)	Circulação total	Taxa de variação 2018/19 (%)
Jornal (Semanal)	The Portugal News	AngloPress - Edições e Publicidade, Lda.	17 288	-0,7	46 777	-3,3	64 065	-2,6
Revista (Mensal)	Boletim da Ordem dos Advogados	Ordem dos Advogados, Lda.	-	-	32 000	1,9	32 000	1,9
	IT CHANNEL	Medianext Professional Information, Lda.	2114	-0,8	6013	31,6	8 127	21,3
Revista (Trimestral)	Revista Montepio	Plot - Content Agency	463 956	-1,3	-	-	463 956	-1,3

Fonte: APCT. “Boletim Informativo Jan/Dez 2019”.

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS ANOS

1. VISÃO GLOBAL

O investimento publicitário é uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social. Os anunciantes investem em publicidade para comunicar as suas marcas e desenvolvem a mensagem a publicitar através das agências criativas. Estes atores, em conjunto com as agências de meios, compram espaço e tempo publicitário nos *media*, ou os anunciantes contactam diretamente com os meios de comunicação social, sem a intermediação de agências de publicidade e/ou de meios.

A importância do mercado publicitário nos *media* justifica o presente capítulo que, com recurso a diferentes fontes de informação, pretende desenvolver uma análise da distribuição do investimento publicitário pelos vários suportes – televisão, rádio, imprensa e internet –, mapeando a sua evolução entre 2009 e 2019.

Avaliar o investimento publicitário em Portugal é uma tarefa complexa, sobretudo devido à forma de apuramento dos preços praticados. Os valores divergirão se se calcular o investimento a preços de tabela (excluindo quaisquer descontos ou negociações) ou em valores líquidos (preços reais de venda praticados). Posto isto, é aceitável defrontarmos com uma variação das estimativas, que resultam da aplicação de fórmulas, metodologias e fontes de informação diferentes.

Como nos últimos Relatórios de Regulação, opta-se, neste capítulo, por confrontar duas fontes de informação. Por um lado, as estimativas apresentadas pela Marktest/MediaMonitor¹, baseadas nos preços das tabelas publicados 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 pela Omnicom², 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 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.

¹ Constituída em 1980, a Marktest é um grupo português «especializado em estudos de mercado e processamento de informação». A atividade do grupo abrange várias áreas como «a medição de audiências, monitorização de investimentos publicitários, estudos regulares (barómetros) nas áreas das telecomunicações, banca, seguros, distribuição moderna, painéis na área da Internet, *pricing* e auditoria de retalho, entre outras». <http://www.marktest.com/wap/>.

Os dados apresentados neste capítulo são publicados no “Anuário de Media & Publicidade”. A Marktest realiza as suas análises com dados do serviço Controlo de Investimentos Publicitários da MediaMonitor.

² A Omnicom Media Group faz parte do grupo Omnicom Group, fundado em 1986 nos Estados Unidos da América. A Omnicom Media Group presta diversos serviços direcionados ao setor dos *media*, especificamente na área de marketing, publicidade e comunicação. <https://www.omnicommediagroup.com/>

Salienta-se que a presente análise não pretende apenas fazer uma comparação entre as fontes citadas, mas também se considera importante conhecer com mais detalhes o mercado publicitário, especificamente a sua distribuição entre os diferentes órgãos de comunicação social, análise que é possível apenas com os dados disponibilizados pela Marktest.

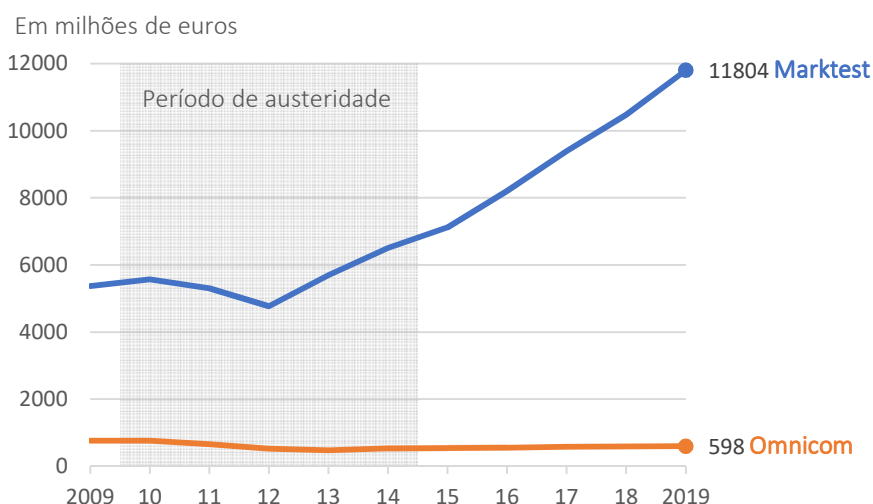
Para uma comparação temporal correta, os valores de ambas as fontes foram deflacionados tendo como referência o Índice de Preços no Consumidor (IPC) de 2012, mas ajustados a 2019 (2019=100), portanto, para este ano o valor real é igual ao valor nominal. Por outro lado, além de apresentar a evolução do investimento em valores absolutos no período em análise, para observar o seu comportamento, os valores são comparados tendo por base aqueles apurados relativamente ao primeiro ano da análise (2009). Portanto, valores superiores ou inferiores a 0 % indicam um crescimento ou redução em relação ao ano base, respetivamente.

2. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO PORTUGUÊS

São notórias as disparidades entre os dados da Marktest e da Omnicom, tanto no que respeita aos valores do mercado publicitário, como à evolução e à distribuição do investimento por meio de comunicação.

De acordo com a Marktest, em 2019, o mercado publicitário totalizou 11,8 mil milhões de euros, mais 6,4 mil milhões de euros que em 2009, o que significa um aumento de 120 %. Por seu lado, os dados da Omnicom estimam uma contração, dos 764 milhões de euros, em 2009, para os 598 milhões, em 2019, ou seja, uma queda de 22 %.

Fig. 1 – Evolução do investimento publicitário, 2009-2019

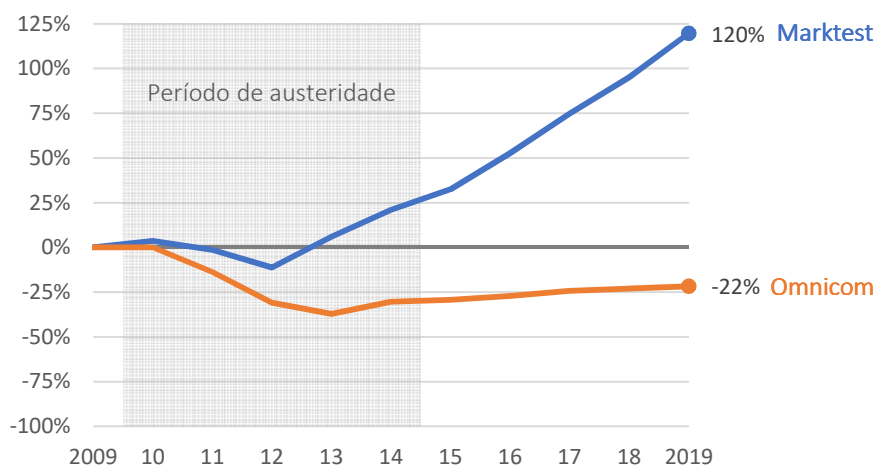


Fonte: Marktest, “Anuário de *Média & Publicidade*”; Omnicom.

Observando os valores de cada fonte, é evidente a discrepância entre os preços tabelados da Marktest e as estimativas da Omnicom, o que demonstra a elevada dimensão dos descontos praticados. Em 2009, o desconto médio está na ordem dos 86 %, valor que aumenta para os 95 % em 2019.

Por outro lado, a grande recessão em 2008 leva Portugal a tomar uma série de medidas que deram início ao período de austeridade entre 2010 e 2014, tendo impacto em vários setores da sociedade. O mercado publicitário também foi afetado durante este período, mas os dados citados mostram comportamentos diferentes, sendo os da Marktest menos impactante do que os da Omnicom.

Fig. 2 – Evolução do investimento publicitário, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

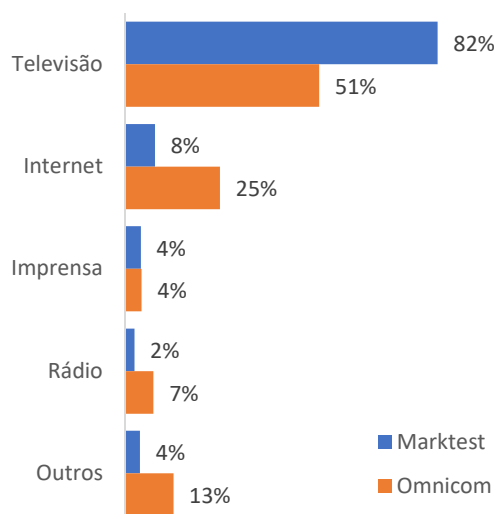
Durante o período de austeridade, segundo a Marktest, estima-se uma evolução média anual positiva de 3 %, e no período da pós-austeridade (2015-2019) de 11 %. Já a Omnicom, mostra uma desaceleração média anual de -7 % durante a austeridade e um crescimento médio anual positivo de 2 % nos anos seguintes.

No que diz respeito à distribuição do investimento publicitário nos diferentes meios de comunicação, há diferenças entre as duas fontes, relacionadas com o peso e a ordem. A televisão, para ambas as fontes, capta anualmente a maior percentagem do investimento, mas observa-se uma grande diferença no peso atribuído. Em 2019, 82 % do investimento total foi dirigido à televisão, segundo a Marktest; para a Omnicom este meio representa 51 %. A publicidade digital encontra-se na segunda posição, recolhendo 8 % do mercado publicitário para a Marktest e 25 % segundo a Omnicom.

A imprensa e a rádio têm um peso substancialmente menor. No caso da imprensa em 2019, para ambas as fontes, capta 4 %. Contudo, a sua ordem varia, para a Marktest a imprensa ocupa a terceira posição, mas para a Omnicom esta passa para o quarto lugar, pois é a rádio que se posiciona acima, com 7 % do investimento publicitário.

Outros segmentos considerados pelas fontes são a publicidade *outdoor* e no cinema, que por não serem setores regulados pela ERC, não serão aprofundados no presente capítulo.

Fig. 3 – Repartição do investimento publicitário por meio, 2019

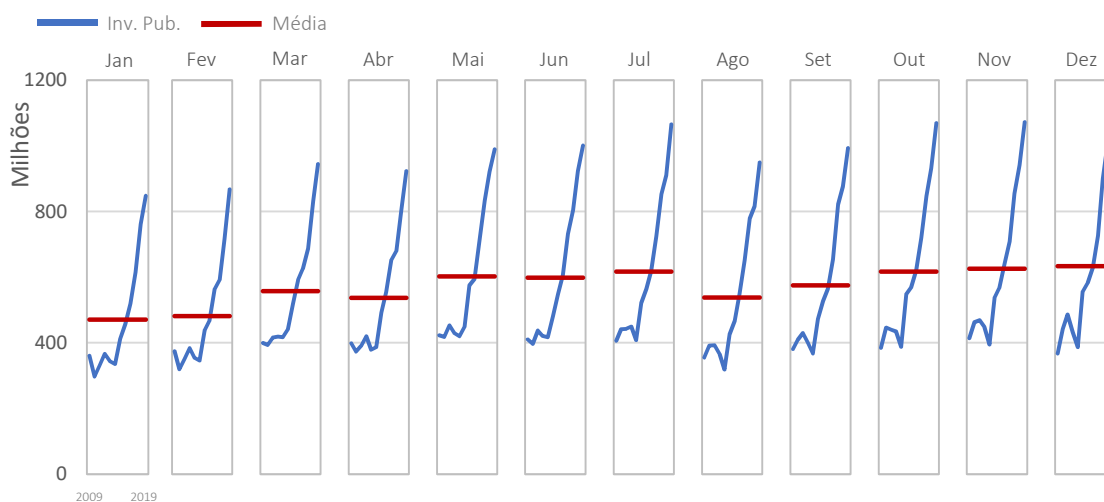


Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade* 2019”; Omnicom.

Os dados da Marktest permitem conhecer a evolução mensal do mercado publicitário. Analisando os valores por mês, entre 2009 e 2019, identifica-se um comportamento sazonal do investimento, caracterizado por um aumento nos primeiros meses do ano, ao qual se segue um abrandamento entre abril e julho. Agosto sofre anualmente uma queda e nos meses seguintes o investimento cresce consecutivamente, sendo dezembro o mês em que, em média, os anunciantes mais investem.

Os valores mensais têm aumentado no período em análise. No mês de julho e nos últimos meses do ano – outubro, novembro e dezembro – o crescimento é mais evidente, sendo em 2009 o investimento cerca de 400 milhões de euros e em 2019 registam-se valores aproximados de 1000 milhões de euros (preços de tabela).

Fig. 4 – Evolução mensal do investimento publicitário, 2009-2019



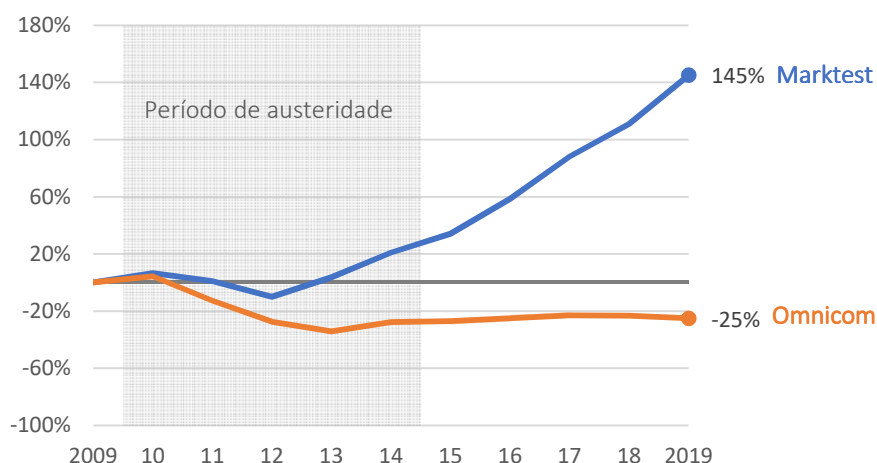
Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

3. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM TELEVISÃO

Sendo a televisão o meio privilegiado pelos investidores, captando mais de metade das receitas publicitárias, espera-se que a evolução seja parecida à do mercado total analisado no ponto anterior. De facto, a televisão é o segmento que influencia os valores totais. Por outras palavras, o mercado publicitário português depende do investimento em televisão, pois este continua a ser o meio de comunicação mais usado na sociedade portuguesa.

Em 2019, a televisão captou, a preços de tabela, cerca de 9,7 mil milhões de euros de acordo com a Marktest, mas segundo a Omnicom o investimento foi de 304 milhões de euros. Isto quer dizer que a televisão sofreu, em média, descontos na ordem dos 97 %. Comparando com 2009, há diferenças na evolução do investimento entre as fontes citadas. Para a Marktest o investimento cresceu 145 % e segundo a Omnicom os valores recuaram 25 %.

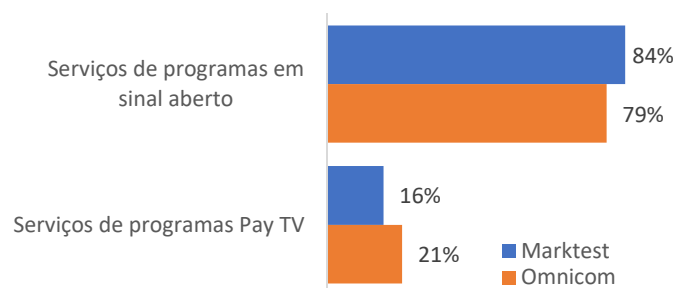
Fig. 5 – Evolução do investimento publicitário em televisão, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”; Omnicom.

Considerando o tipo de acesso dos serviços de programas, ambas as fontes mostram que a maior parte das receitas publicitárias são destinadas aos canais em sinal aberto. Não obstante, as fontes citadas diferem na evolução do investimento, para a Marktest, o investimento nos serviços de programas em sinal aberto, após ter sofrido um abrandamento no período de austeridade, regista um aumento nos anos seguintes, obtendo um ritmo de crescimento médio anual de 8 %, entre 2009 e 2019. Em sentido contrário, os dados da Omnicom, mostram como o período de austeridade afetou mais os serviços de programas em sinal aberto, registando uma taxa de variação média anual negativa de -4 % no período em análise.

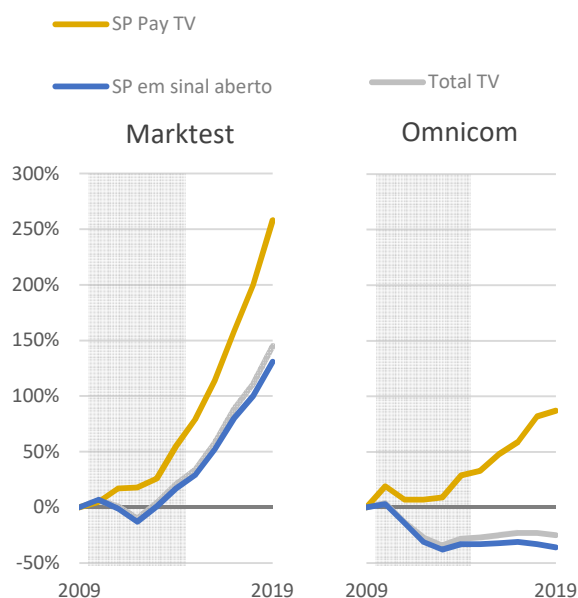
Fig. 6 – Repartição do investimento publicitário em televisão, segundo o tipo de acesso dos serviços de programas, 2019



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”; Omnicom.

Salienta-se que, para ambas as fontes, as receitas publicitárias nos serviços de programas na televisão por assinatura têm crescido, facto relacionado com o aumento anual da taxa de penetração dos operadores de distribuição de sinais de televisão por subscrição, que, por sua vez, aumenta as audiências destes serviços de programas. A Marktest estima um crescimento anual médio de 12 %, já a Omnicom de 6 %.

Fig. 7 – Evolução do investimento publicitário em televisão, segundo o tipo de acesso dos serviços de programas, 2009-2019 (Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



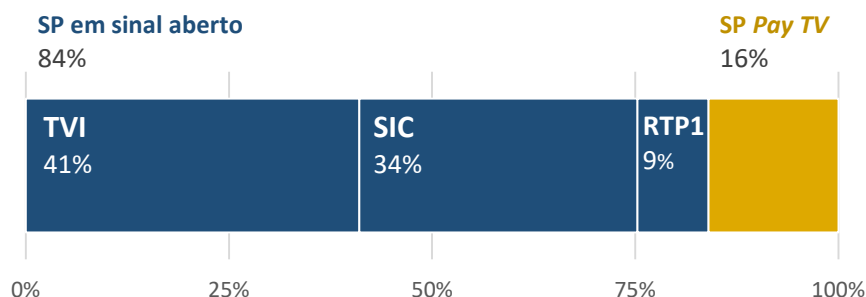
SP: Serviços de programas.

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

Os dados fornecidos pela Marktest permitem conhecer para onde é canalizado o investimento por serviço de programas (v. anexo Fig. A1 e A2). Em 2019, os canais generalistas em sinal aberto dos operadores privados – *TVI* e *SIC* – concentraram três quartos do investimento total em televisão. O operador de serviço público *RTP1* captou apenas 9 %. É importante referir que os grupos de *media* que detêm os serviços de

programas dos operadores privados mencionados apresentam uma dependência do investimento que recebem pela venda do seu espaço publicitário³.

Fig. 8 – Repartição do investimento publicitário em televisão, 2019

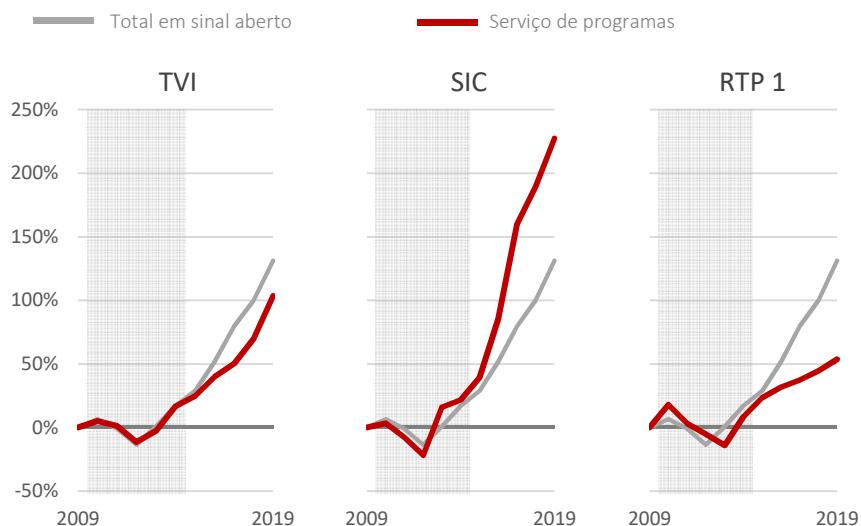


SP: Serviços de programas.

Fonte: Markttest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Analisando a evolução do investimento dos três principais serviços de programas em sinal aberto, observa-se que foram afetados durante o período de austeridade, contudo apresentaram uma evolução média anual positiva entre 2009 e 2019 (TVI: 7 %, SIC: 11 % e RTP1: 4 %), destacando-se a SIC como o serviço de programas que mostrou o maior crescimento quando comparado com a TVI e a RTP1.

Fig. 9 – Evolução do investimento publicitário na TVI, SIC e RTP1, 2009-2019 (Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



Fonte: Markttest, “Anuário de *Media* & Publicidade”.

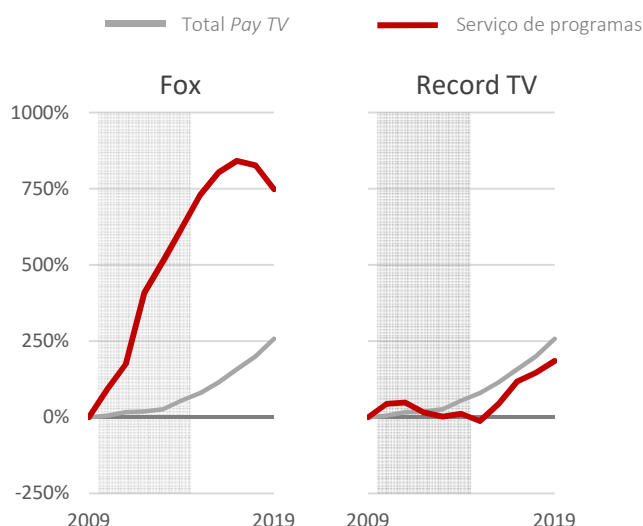
Por outro lado, por cada 100 euros investidos em publicidade na televisão, 16 euros são destinados aos serviços de programas de acesso não condicionado com assinatura. Os serviços de programas CMTV, TVI24, Fox e Record TV captaram, em 2019, 52 % do investimento total dirigido aos canais da televisão por assinatura.

³ Cf. No presente Relatório de Regulação, o capítulo “Análise económico-financeira do setor de *media* em Portugal”.

Considerando que a Marktest disponibiliza os dados da CMTV e da TVI24 em anos diferentes do primeiro ano de análise definida no presente capítulo⁴, os dados entre os quatro serviços de programas *Pay TV* com maior investimento não podem ser comparados no período 2009-2019. Ainda assim, pode-se afirmar que estes serviços de programas apresentam o maior crescimento nos seus períodos de transmissão. A CMTV aumentou cerca de 13,5 vezes entre 2014 e 2019, dos 22 milhões para os 300 milhões de euros, respetivamente. Já a TVI24 aumentou 44 vezes, passando dos 5 milhões de euros, em 2010, para os 248 milhões de euros, em 2019.

Entre 2009 e 2019, a Fox mostra uma evolução positiva com um crescimento médio anual de 21 %, não sendo afetada pelo período de austeridade. Contudo, nos últimos dois anos, tem-se reduzido este crescimento, segundo os valores de tabela. Por seu lado, o investimento publicitário na Record TV, apesar de ter sofrido quebras durante o período de austeridade, tem uma evolução média anual positiva, desde 2009, na ordem dos 10 %, devido ao seu melhor desempenho nos anos seguintes.

**Fig. 10 – Evolução do investimento publicitário na Fox e Record TV, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)**



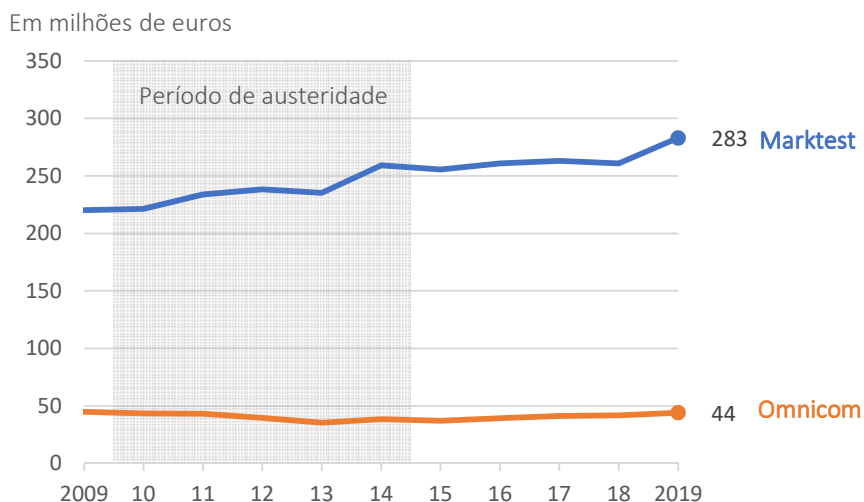
Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

4. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM RÁDIO

Segundo a Marktest, em 2019 o investimento total em rádio foi de 283 milhões de euros, o que representou um aumento de 29 % face a 2009. Mas esta tendência foi diferente de acordo com os dados da Omnicom, pois no período analisado verificou-se uma queda nos primeiros anos, seguida de um aumento. Em 2019, o investimento cifrou-se em 44 milhões de euros, valor semelhante ao registado em 2009.

⁴ As transmissões da TVI24 e da CMTV tiveram início em 2009 e 2013, respetivamente. A Marktest publica o investimento publicitário a preços de tabela destes canais no segundo ano de transmissão.

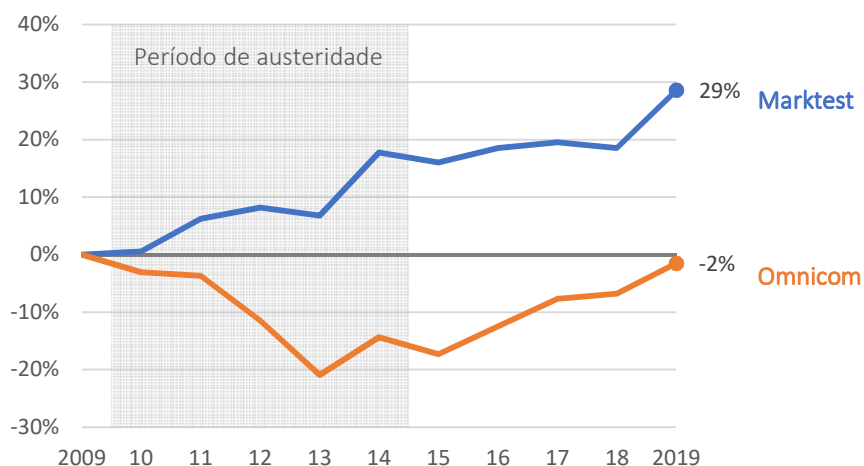
Fig. 11 – Evolução do investimento publicitário em rádio, 2009-2019



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

Analisando os valores a preços de tabela da Marktest, observa-se que no período de austeridade o investimento publicitário na rádio não foi afetado pelos efeitos da recessão, pois entre 2010 e 2014 teve uma evolução média positiva na ordem dos 3 %. Contudo, os efeitos parecem surgir no período pós-austeridade já que o crescimento médio anual foi menor, especificamente de 2 %.

A estimativas da Omnicom, indicam que, para o período de austeridade, o investimento teve uma evolução negativa, com uma taxa de variação média de -1 %, mas desde 2015 registou-se um ritmo médio anual de 2 %.

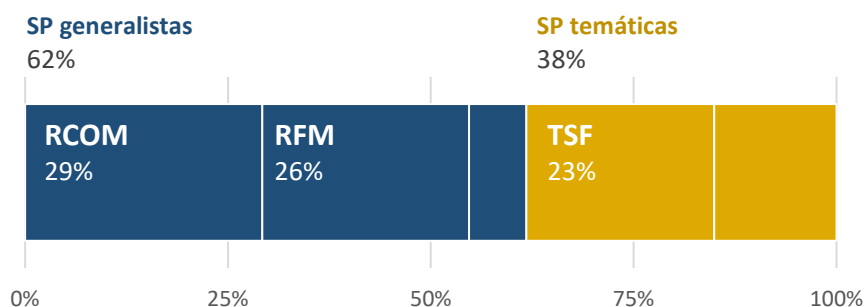
Fig. 12 – Evolução do investimento publicitário em rádio, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

Por outro lado, os valores de ambas as fontes, em 2019, sugerem que na rádio sejam praticados, em média, descontos na ordem dos 84 %.

Mediante os dados da Marktest, pode-se conhecer a repartição do investimento publicitário (a preços de tabela) nos principais serviços de programas de rádio do país (v. anexo Figura A3 e A4). Os serviços de programas generalistas são os que, anualmente, recebem a maior parte das receitas publicitárias. Em 2019, as rádios generalistas Rádio Comercial e RFM arrecadaram 29 % e 26 % do investimento, respetivamente. Entre as temáticas, a rádio de informação TSF recolheu 23 % do investimento total em rádio. Como se observa, mais de três quartos do investimento em rádio dirige-se a estes três serviços de programas.

Fig. 13 – Repartição do investimento publicitário em rádio, 2019

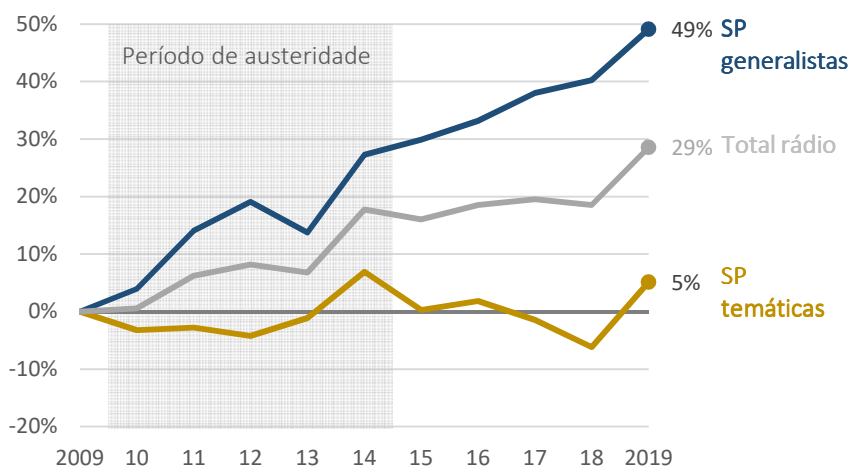


SP: Serviços de programas.

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade* 2019”.

Analisando a evolução do investimento a preços de tabela entre 2009 e 2019, verifica-se que as rádios temáticas registam um crescimento médio anual de 1 %, um ritmo menor quando comparado com as generalistas, as quais registam uma média anual positiva de 4 %.

Fig. 14 – Evolução do investimento publicitário em rádio, segundo o tipo de programação dos serviços de programas 2009-2019 (Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



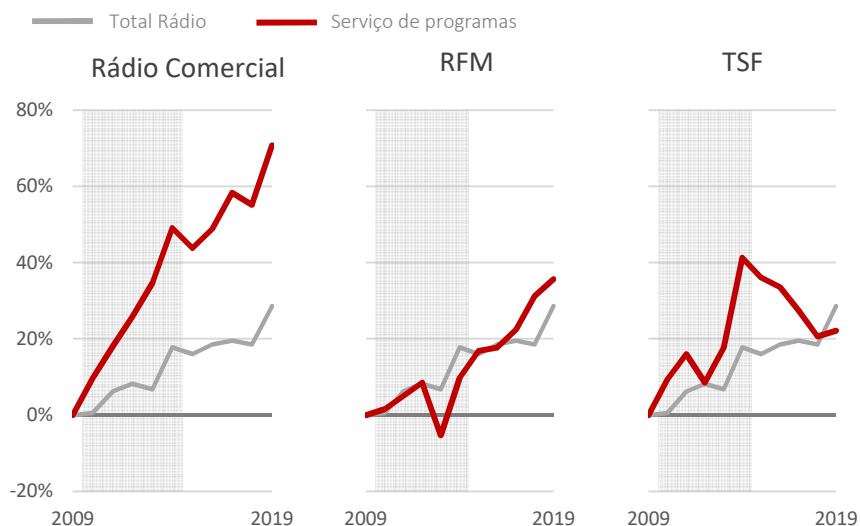
SP: Serviços de programas.

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

Uma análise mais detalhada revela que a Rádio Comercial tem vindo a demonstrar uma evolução positiva desde 2009, com um crescimento médio anual de 5 %. Já a RFM parece mais afetada pelos efeitos negativos do período de austeridade tendo uma taxa de

variação média anual de 3 %. Por seu lado, a TSF mostra uma maior instabilidade, sendo mais afetada no período pós-austeridade. Contudo, no período 2009-2019, regista um crescimento médio anual de 2 %.

Fig. 15 – Evolução do investimento publicitário na Rádio Comercial, RFM e TSF, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



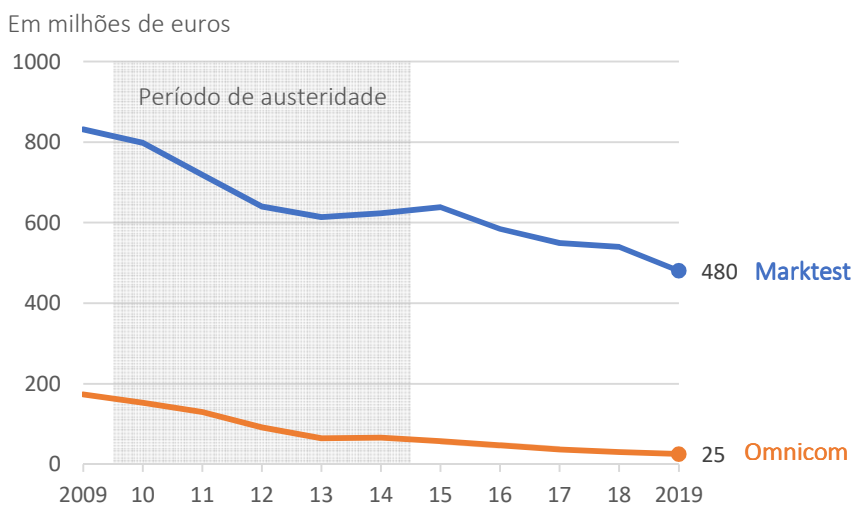
Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

5. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM IMPRENSA

A imprensa é o segmento mais afetado pelas novas dinâmicas de consumos de informação digital, caracterizando-se pela continua queda anual da circulação das publicações impressas. Esta tendência leva a que este meio receba anualmente menos receitas por circulação e, por conseguinte, afeta negativamente outra fonte importante de receitas para o setor como é o investimento publicitário.

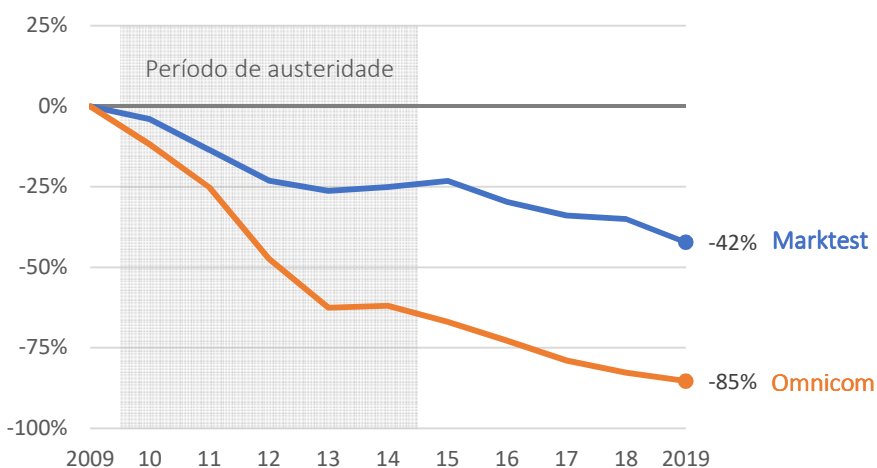
Em 2019, segundo os dados da Marktest, a imprensa recebeu 480 milhões de euros, um volume menor do que o registado em 2009, quando obteve mais de 832 milhões de euros. Isto quer dizer que o investimento reduziu 42 %. As estimativas da Omnicom mostram a mesma tendência, contudo a queda é mais pronunciada, especificamente 85 %, com valores iguais a 173 milhões e 25 milhões de euros entre 2009 e 2019, respetivamente. A discrepância entre os valores de ambas as fontes sugerem descontos, em média, na ordem dos 95 %.

Fig. 16 – Evolução do investimento publicitário em imprensa, 2009-2019



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

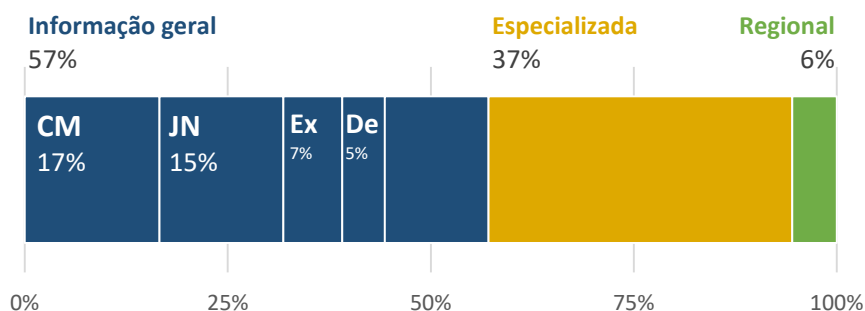
Fig. 17 – Evolução do investimento publicitário em imprensa, 2009-2019
(Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

A distribuição do mercado publicitário em imprensa indica que as publicações de informação geral são as mais procuradas entre os anunciantes. Em 2019, 57 % do investimento total em imprensa, em valores de tabela, foi obtido pelas publicações de informação geral. Salienta-se que mais de três quartos do investimento neste tipo de publicações foi direcionado a quatro jornais: o Correio da Manhã, o Jornal de Notícias, o Expresso e o Destak. Por seu lado, as publicações de informação especializada captaram 37 % (para conhecer as publicações com maior investimento em 2019, consultar os anexos A5, A6 e A7).

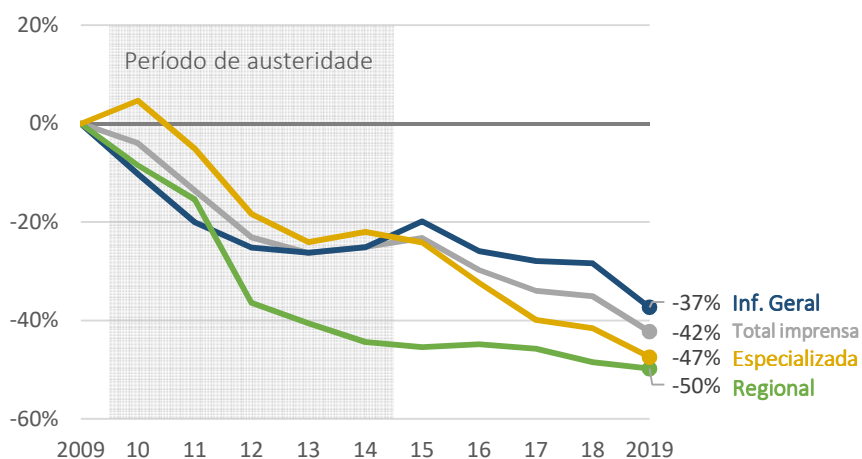
Fig. 18 – Repartição do investimento publicitário em imprensa, 2019



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade* 2019”.

A contração do investimento publicitário em imprensa afeta todos os tipos de publicações, sendo as especializadas e as de informação regional aquelas que apresentam quebras mais acentuadas entre 2009 e 2019.

Fig. 19 – Evolução do investimento publicitário em imprensa, segundo o tipo de publicações 2009-2019 (Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



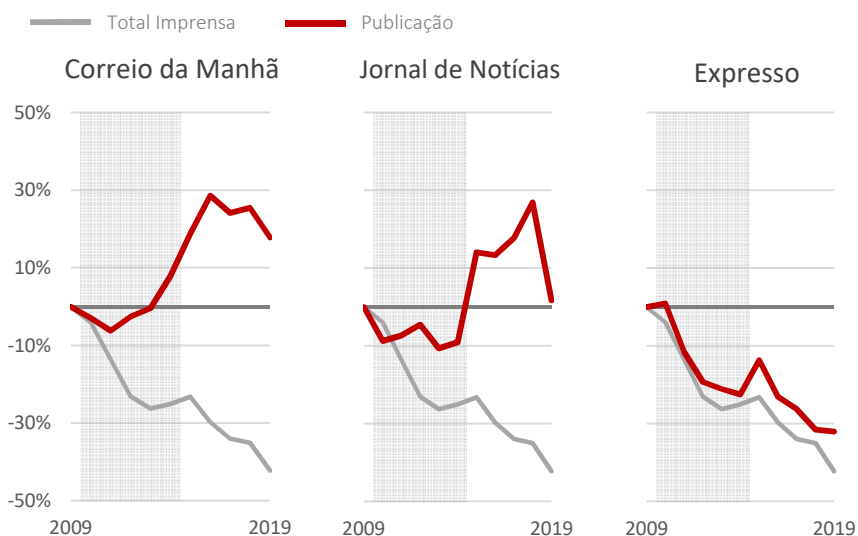
Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

Quando analisadas as três publicações com maior investimento publicitário⁵, observam-se diferenças na evolução das receitas destas entidades comparadas com o total do setor, com exceção do *Expresso*, que teve uma evolução média anual negativa, na ordem dos -4 %.

Os jornais diários *Correio da Manhã* e *Jornal de Notícias*, apresentaram uma diminuição dos seus valores durante o período de austeridade e, apesar de nos anos seguintes ambas as publicações mostrarem aumentos, nos últimos anos da série foram afetados de forma negativa. Tendo em conta a taxa de variação média anual para o período analisado, o *Correio da Manhã* mostrou um ritmo médio anual positivo de 2 %; já o *Jornal de Notícias* registou um crescimento anual médio de 0,2 %.

⁵ Devido à categorização definida pela Marktest nas edições do “Anuário de *Media & Publicidade*”, esta análise não considera o diário *Destak*.

Fig. 20 – Evolução do investimento publicitário no Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Expresso, 2009-2019 (Índice de Base Fixa 2009 = 0%)



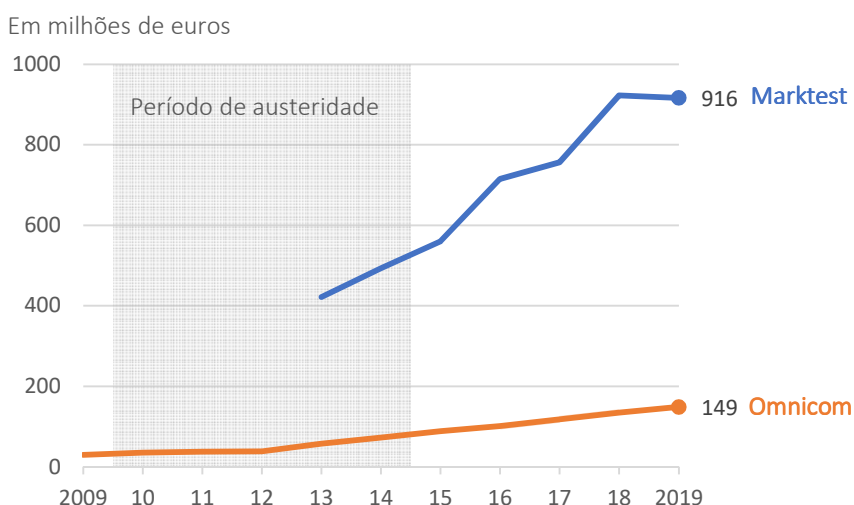
Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”.

6. EVOLUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO EM INTERNET

Os novos perfis de consumo de informação ou de conteúdos audiovisuais, relacionados com o aumento do número de utilizadores de internet, ganham cada vez mais o interesse dos investidores.

Segundo as estimativas da Omnicom, entre 2009 e 2019 a publicidade digital aumentou em quatro vezes o seu valor, passando dos 30 milhões para os 149 milhões de euros. Por seu lado, o investimento publicitário em internet, publicado nos anuários da Marktest desde 2013, totalizou 422 milhões a preços de tabela, valor que foi aumentando ao longo dos anos, atingindo os 916 milhões de euros em 2019.

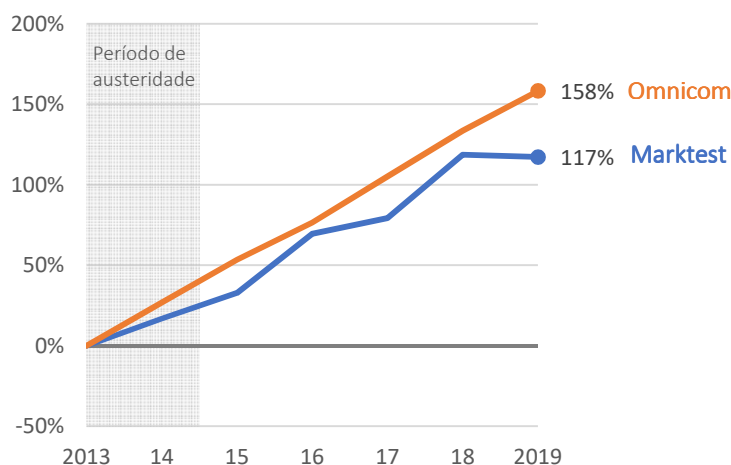
Fig. 21 – Evolução do investimento publicitário em internet, 2009-2019



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media & Publicidade*”; Omnicom.

Considerando apenas os anos em que se podem comparar os dados de ambas as fontes, observa-se que, entre 2013 e 2019, o crescimento da receita publicitária da internet para a Omnicom (158 %) foi maior do que para a Marktest (117 %).

Fig. 22 – Evolução do investimento publicitário em internet, 2013-2019
(Índice de Base Fixa 2013 = 0%)



Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade”; Omnicom.

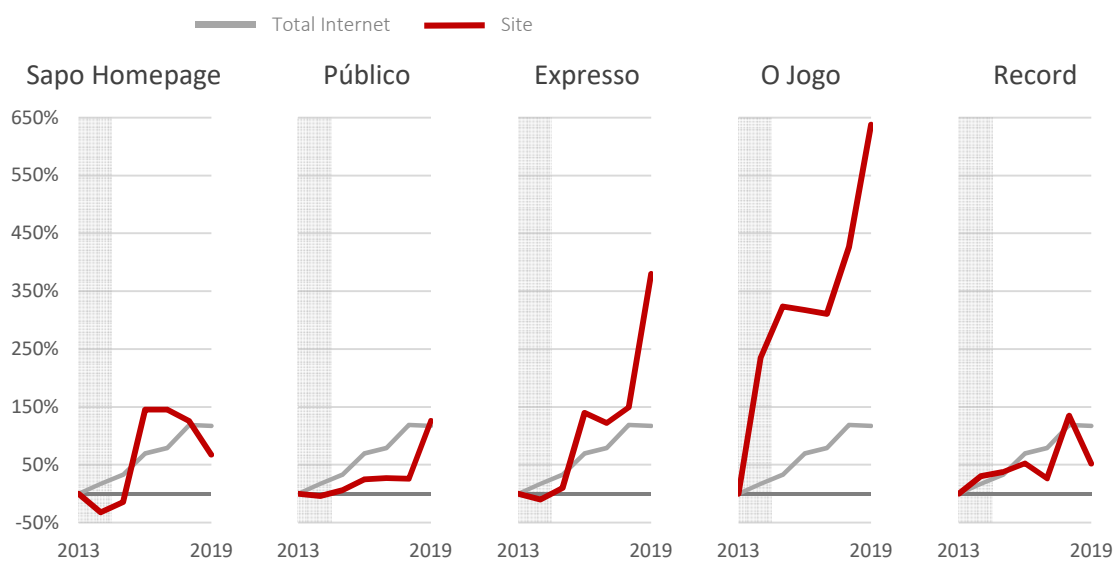
Por outro lado, a crise não teve um grande impacto neste setor. De facto, o crescimento contínuo do investimento publicitário no digital permitiu que ultrapassasse os valores da imprensa em 2015, alcançando a segunda posição dos segmentos com maiores receitas publicitárias.

Em termos da distribuição do investimento publicitário em internet pelos *sites* dos grupos de *media*, em 2019, os dados da Marktest revelam que as cinco entidades com maiores receitas concentram 38 % do investimento total digital (v. anexo Figura A8), estas são: Sapo Homepage (13 %), Público (7 %), Expresso (7 %), O Jogo (6 %) e Record (5 %).

O *site* de informação desportiva O Jogo destaca-se pela evolução positiva das suas receitas publicitárias. Desde 2013, este *site* apresenta um ritmo de crescimento médio anual de 33 %. Os *sites* de informação Expresso e Público, afetados durante os últimos anos de austeridade, têm um crescimento médio anual de 25 % e 12 %, respetivamente. Já a *homepage* do Sapo, do grupo Altice, e o *site* de informação desportiva Record, mostram quedas nos últimos anos analisados. Contudo, entre 2013 e 2019, registam uma evolução média anual positiva na ordem dos 8 % e 6 %, respetivamente.

Fig. 23 – Evolução do investimento publicitário no Sapo, Público, Expresso, O Jogo e Record, 2013-2019

(Índice de Base Fixa 2013 = 0%)



Fonte: Markttest, "Anuário de *Media & Publicidade*".

ANEXOS

INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO: A EVOLUÇÃO DO MERCADO NOS ÚLTIMOS ANOS

Fig. A1 - Repartição do investimento publicitário por serviços de programas em sinal aberto
(em milhares de euros), 2019

Serviço de programas	Investimento	%
TVI	3 968 641	48,84%
SIC	3 311 857	40,76%
RTP1	843 880	10,38%
RTP2	1604	0,02%
Total	8 125 982	100,00%

Fonte: Markttest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A2 - Repartição do investimento publicitário por serviço de programas *Pay TV*
(em milhares de euros), 2019

Serviços de programas	Investimento	%
CMTV	299 866	19,39%
TVI24	248 655	16,08%
FOX	133 855	8,66%
TV RECORD	115 422	7,47%
SIC NOTÍCIAS	107 305	6,94%
AXN	90 113	5,83%
FOX LIFE	86 066	5,57%
GLOBO	68 500	4,43%
SIC MULHER	55 188	3,57%
HOLLYWOOD	41 918	2,71%
SPORT TV+	32 102	2,08%
PANDA	29 926	1,94%
TVI FICÇÃO	24 563	1,59%
FOX COMEDY	24 227	1,57%
FOX MOVIES PORTUGAL	21 445	1,39%
DISNEY CHANNEL	21 439	1,39%
RTP3	19 872	1,29%
CANAL 11	18 404	1,19%
DISNEY JUNIOR	12 846	0,83%
AXN WHITE	12 192	0,79%
TVI REALITY	11 937	0,77%
CARTOON NETWORK PORTUGAL	11 661	0,75%
AXN BLACK	10 916	0,71%
DISCOVERY	9714	0,63%
NATIONAL GEOGRAPHIC	7501	0,49%
FOX CRIME	6180	0,40%
SIC RADICAL	5539	0,36%
MTV PORTUGAL	3334	0,22%
SIC CARAS	2749	0,18%
RTP MEMÓRIA	2659	0,17%
AMC	2650	0,17%
BIGGS	2288	0,15%
24 KITCHEN	2239	0,14%
TLC	1541	0,10%
HISTÓRIA	935	0,06%
ODISSEIA	409	0,03%
TOTAL	1 546 156	100,00%

Fonte: Markttest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A3 - Repartição do investimento publicitário por serviços de programas generalistas (em milhares de euros), 2019

Serviço de programas	Investimento	%
RCOM	82 703	47,29%
RFM	72 167	41,27%
RENASCENÇA	20 002	11,44%
Total	174 872	100,00%

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A4 - Repartição do investimento publicitário por serviços de programas temáticos (em milhares de euros), 2019

Serviço de programas	Investimento	%
TSF	65 465	60,55%
M80	19 811	18,32%
MEGA HITS	11 656	10,78%
CIDADE FM	7 479	6,92%
SMOOTH FM	2 632	2,43%
VODAFONE FM	1 080	1,00%
Total	108 123	100,00%

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A5 - Repartição do investimento publicitário por publicação de informação geral (em milhares de euros), 2019

Publicação	Investimento	%
CORREIO DA MANHÃ	79 763	29,07%
JORNAL DE NOTÍCIAS	73 196	26,67%
EXPRESSO	34 951	12,74%
DESTAK	25 090	9,14%
PÚBLICO	13 586	4,95%
JORNAL I	12 141	4,42%
SÁBADO	10 595	3,86%
DIÁRIO DE NOTÍCIAS	9 738	3,55%
VISÃO	8 941	3,26%
SOL	5 508	2,01%
Outras	920	0,34%
Total	274 429	100,00%

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A6 - Repartição do investimento publicitário por publicação regional (em milhares de euros), 2019

Publicação	Investimento	%
DIÁRIO DE COIMBRA	7 086	26,89%
DIÁRIO REGIONAL DE AVEIRO	6 822	25,89%
CORREIO DO MINHO	3 887	14,75%
DIÁRIO DO MINHO	2 498	9,48%
REGIÃO DE LEIRIA	1 783	6,77%
DIÁRIO DO SUL	1 542	5,85%
O EMIGRANTE	1 262	4,79%
DIÁRIO REGIONAL DE LEIRIA	1 204	4,57%
Outras	270	1,02%
Total	26 354	100,00%

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

Fig. A7 - Repartição do investimento publicitário por publicação especializada
(em milhares de euros), 2019

Publicação	Investimento	%
RECORD	19 362	10,78%
MARKETEER	9241	5,14%
JORNAL DE NEGÓCIOS	8914	4,96%
A BOLA	8302	4,62%
O JOGO	8087	4,50%
NOVA GENTE	7148	3,98%
EXECUTIVE DIGEST	6122	3,41%
CARAS	5522	3,07%
LUX	5190	2,89%
O JORNAL ECONÓMICO	4650	2,59%
MARIA	4170	2,32%
VIP	4164	2,32%
MÁXIMA	3968	2,21%
VOGUE	3830	2,13%
HUMAN RESOURCES	3590	2,00%
TV 7 DIAS	3501	1,95%
EVASÕES	3060	1,70%
CRISTINA	2462	1,37%
SABER VIVER	2439	1,36%
ELLE	2356	1,31%
ACTIVA	2354	1,31%
TIME OUT LISBOA	2012	1,12%
VIDA ECONÓMICA	1942	1,08%
SELECÇÕES READER'S DIGEST	1938	1,08%
LUX WOMAN	1689	0,94%
TV GUIA	1679	0,93%
EXAME	1661	0,92%
HAPPY WOMAN	1529	0,85%
PC-GUIA	1478	0,82%
GQ	1349	0,75%
MOTO JORNAL	1220	0,68%
PUBLITURIS	1196	0,67%
Outras	43 503	24,22%
Total	179 628	100,00%

Fonte: Markttest, "Anuário de *Media* & Publicidade 2019".

Fig. A8 - Repartição do investimento publicitário por *site* de internet
(em milhares de euros), 2019

Site	2019	%
SAPO HOMEPAGE	115 100	12,56%
CUSTO JUSTO	68 283	7,45%
PÚBLICO	65 356	7,13%
EXPRESSO	63 112	6,89%
SPOTIFY	62 430	6,81%
O JOGO	57 360	6,26%
RECORD	46 334	5,06%
JORNAL DE NOTÍCIAS	38 242	4,17%
CORREIO DA MANHÃ	34 513	3,77%
OBSERVADOR	28 826	3,15%
STANDVIRTUAL	24 598	2,68%
SIC	23 977	2,62%
ZERO ZERO	23 489	2,56%
JORNAL DE NEGÓCIOS	21 108	2,30%
DIÁRIO DE NOTÍCIAS	20 365	2,22%
OLX	16 869	1,84%
NIT-NEW IN TOWN	16 162	1,76%
SIC NOTÍCIAS	13 407	1,46%
FREE NET & MORE	11 170	1,22%
SÁBADO	10 870	1,19%
IMOVIRTUAL	9891	1,08%
TVI	9528	1,04%
RTP	9132	1,00%
DINHEIRO VIVO	8476	0,92%
NOTÍCIAS AO MINUTO	8023	0,88%
LIFESTYLE	6565	0,72%
VOLANTESIC	6235	0,68%
FLASH	5462	0,60%
MÁXIMA	5305	0,58%
TSF	5160	0,56%
TVI24	5065	0,55%
TVI PLAYER	4820	0,53%
AUTOSAPO	4395	0,48%
TABOOLA	4332	0,47%
MAISFUTEBOL	4008	0,44%
MAGG	3432	0,37%
SELFIE	3198	0,35%
MOTOR24	3193	0,35%
SAPO24	3037	0,33%
DELAS	3006	0,33%
V-SPORTS	2992	0,33%
PUBLICO CULTURA-IPSILON	2532	0,28%
AQUELA MÁQUINA	2434	0,27%
BLITZ	2329	0,25%
MSN	2070	0,23%
ECONOMICO	1958	0,21%
RCOM	1743	0,19%
SIC MULHER	1550	0,17%
EVAÇÕES	1536	0,17%
NOTÍCIAS MAGAZINE	1389	0,15%
Outros	21 994	2,40%
Total	916 362	100,00%

Fonte: Marktest, “Anuário de *Media* & Publicidade 2019”.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO ESTADO

1. VISÃO GLOBAL

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

O referido diploma atribui à ERC competências para verificar e fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional.

As aquisições de espaço publicitário para divulgação de publicidade institucional do Estado são comunicadas à ERC na plataforma “Publicidade Institucional do Estado”, através da qual também é inserida pelas entidades a documentação de suporte, comprovativa das despesas de distribuição das campanhas.

Em 2019, foram comunicadas na Plataforma Digital da ERC 116 campanhas de publicidade institucional do Estado, promovidas por 23 entidades.

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global anual de 3 364 325,43 euros. Aos meios de comunicação social regionais e locais foi destinada uma verba de 744 341,47 euros, o que corresponde a um valor percentual de 22,1 % do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Importa assinalar o aumento significativo do investimento total comunicado em publicidade institucional do Estado, em relação a 2018, que registou um acréscimo **superior a dois milhões de euros**.

No que respeita aos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com o ano anterior, cujo investimento foi de 309 804,68 euros, registou-se, em 2019, um aumento próximo de **meio milhão de euros**.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

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

A ERC é competente para fiscalizar o cumprimento dos deveres de comunicação e transparência previstos sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado e, ainda, o dever de verificação da aplicação da percentagem a afetar a órgãos de comunicação local e regional em cada campanha, de acordo com o n.º 4 do artigo 8.º.

A despesa decorrente da aquisição de espaço publicitário, para divulgação de mensagens de publicidade institucional do Estado, deve ser comunicada à ERC até 15 dias após a sua

contratação, através do envio de cópia da respetiva documentação de suporte, nos termos do n.º 1 do artigo 7.º do normativo aplicável.

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

No que respeita à distribuição da publicidade institucional do Estado, o normativo em referência prevê ainda, no n.º 1 do artigo 8.º, que «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade do Estado de valor unitário igual ou superior a € 15 000 ».

Importa salientar que à ERC não é atribuída competência sancionatória nesta matéria, cabendo-lhe o dever de comunicar ao Tribunal de Contas os casos de incumprimento da norma em causa, de acordo com o disposto no artigo n.º 3 do artigo 10.º da lei em apreço.

A ERC elabora relatórios mensais sobre as campanhas de publicidade institucional do Estado, que publica no seu *website*, no cumprimento do disposto no n.º 1 artigo 11.º do mesmo normativo.

Igualmente nos termos definidos no n.º 2 do referido artigo, compete ainda à ERC a elaboração de um relatório anual sobre o grau de cumprimento da presente lei, que remete à Assembleia da República até ao final do primeiro semestre de cada ano civil.

A fim de obter os dados necessários ao exercício das suas competências e deveres, a ERC disponibiliza uma Plataforma Digital, através da qual as entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado comunicam a despesa realizada, em cada campanha de publicidade, com a aquisição de espaços nos órgãos de comunicação social, adicionando ainda a necessária documentação comprovativa do investimento.

O presente Relatório analisa os investimentos comunicados à ERC, em 2019, e a sua conformidade com a norma aplicável à publicidade institucional do Estado, apresentando também uma análise comparativa em relação aos investimentos comunicados em 2018.

3. INVESTIMENTOS COMUNICADOS PELAS ENTIDADES

Os investimentos comunicados pelas entidades promotoras de campanhas de publicidade institucional do Estado atingiram o montante global de **3 364 325,43 euros**, em 2019. A parcela de investimento destinada a meios regionais e locais atingiu **744 341,47 euros**, o que corresponde a um valor percentual de **22,1 %** do total anual investido na aquisição de espaços publicitários.

Foram comunicadas **116** campanhas de publicidade institucional do Estado, promovidas por **23** entidades abrangidas. A Figura 1 contém os investimentos totais comunicados por cada entidade ao longo de 2019, bem como os investimentos que as mesmas efetuaram em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local.

A Direção-Geral da Saúde foi a entidade que comunicou o mais elevado investimento nas seis campanhas que promoveu (829 967,64 euros), tendo, igualmente, destinado a verba

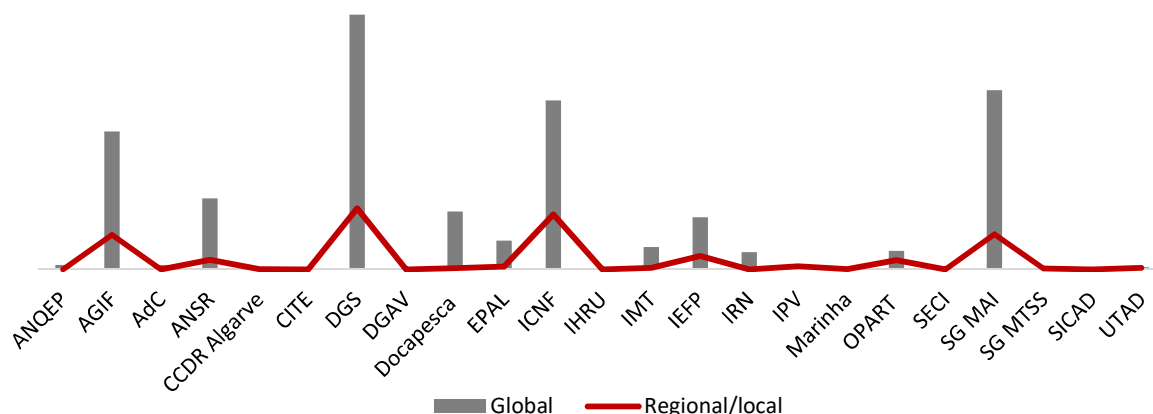
mais elevada (198 889,37 euros) a meios de comunicação social de âmbito regional e local.

Por sua vez, o Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas foi a entidade que comunicou o mais significativo investimento em meios regionais/locais numa única campanha, cerca de 180 mil euros.

Fig. 1 – Investimentos comunicados pelas entidades (€)

Entidade	Campanhas (n.º)	Global	Regional/local
Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional (ANQEP)	1	13 800,00	0,00
Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Florestais (AGIF)	1	449 246,69	112 228,40
Agência para o Desenvolvimento e Coesão (AdC)	1	13 812,50	0,00
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)	3	231 135,00	30 553,92
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve)	3	478,00	335,00
Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE)	8	4 611,00	0,00
Direção-Geral da Saúde (DGS)	6	829 967,64	198 889,37
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV)	1	20 632,02	0,00
Docapesca - Portos e Lotas	5	188 707,71	3 720,00
Empresa Portuguesa das Águas Livres (EPAL)	13	93 635,16	9 202,99
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF)	1	550 600,00	179 036,63
Instituto da Habitação e Reabilitação Urbana (IHRU)	1	1 630,00	0,00
Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT)	2	72 836,98	4 805,81
Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP)	1	169 723,34	43 899,94
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	4	56 397,27	0,00
Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	13	9 748,90	9 748,90
Marinha Portuguesa	2	990,00	490,00
OPART - Organismo de Produção Artística	10	60 109,96	29 729,96
Secretaria de Estado para a Cidadania e a Igualdade (SECI)	1	1 500,00	0,00
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna (SG MAI)	4	584 185,39	114 373,57
Secretaria- Geral do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social (SG MTSS)	24	3 695,97	2 301,98
Serviço de Intervenção nos Comportamentos Aditivos e nas Dependências (SICAD)	1	350,00	0,00
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)	10	6 525,00	5 025,00
TOTAL	116	3 364 325,43	744 341,47

Fig. 2 – Investimentos comunicados pelas entidades



As campanhas de publicidade institucional podem ser adjudicadas pela entidade promotora a agências de publicidade, desde que estas reúnam os requisitos previstos no artigo 5.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto. Em 2019, foram comunicadas 18 campanhas de publicidade realizadas com recurso a agências de publicidade. A agência mais presente foi a Nova Expressão, à qual foram adjudicadas sete campanhas, seguindo-se a BBZ, à qual foram atribuídas cinco campanhas de publicidade institucional do Estado.

Fig. 3- Campanhas de publicidade institucional do Estado adjudicadas a agências

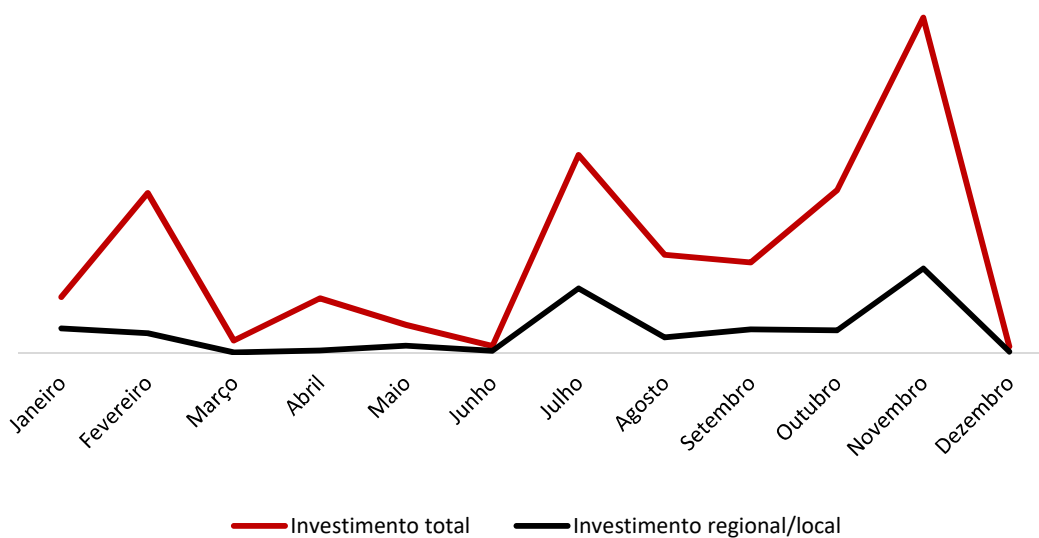
Entidade	Campanha	Agência de publicidade
AGIF-Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais	Portugal Chama	OMD Portugal Group
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Abandono de animais de companhia	Alfa Gama Beta
	Natal e Ano Novo 2018/2019	Ground Value
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Prevenção Rodoviária Páscoa de 2019	Universal McCann Connections
	Duas ou quatro rodas	Nova Expressão
	Plano de Contingência	BBZ
Direção-Geral da Saúde	Vacinação contra a Gripe	BBZ
	Vacinação contra o Sarampo	BBZ
	Coma melhor	Nova Expressão
	Siga o Assobio	Nova Expressão
	Qual a sua atividade física?	MEDIA GATE
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução de incêndios rurais	Nova Expressão
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Igualdade Salarial entre Mulheres e Homens	Nova Expressão
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	IMT Online	Nova Expressão
	Eleição Legislativa - R. Aut. da Madeira 2019	BBZ
Secretaria-Geral do Ministério da Administração Interna	Eleição Assembleia da República 2019	BBZ
	A bebedeira passa. O resto não	Nova Expressão
	Eleições Parlamento Europeu 2019	Meo

No que se refere aos investimentos comunicados por mês verifica-se uma grande instabilidade, destacando-se o mês de novembro, no decorrer do qual os investimentos comunicados ultrapassaram 900 mil euros. Seguiram-se julho, ao longo do qual foram comunicados investimentos superiores a 550 mil euros, e outubro, que ultrapassou os 450 mil euros. Os meses de maiores investimentos foram marcados por campanhas de grande dimensão.

Fig. 4 – Gráfico de investimentos comunicados por mês [€]

2019	Investimento total	Investimento regional/local
Janeiro	155 644,29	67 964,94
Fevereiro	445 461,76	54 972,70
Março	34 586,02	1 275,00
Abril	151 678,47	6 641,20
Maió	78 324,00	19 737,52
Junho	19 396,53	5 565,20
Julho	550 870,00	179 076,63
Agosto	272 685,46	43 503,97
Setembro	252 052,88	65 752,50
Outubro	452 932,33	62 526,40
Novembro	933 373,30	234 595,41
Dezembro	17 320,39	2 730,00

Fig. 5 – Gráfico de investimentos comunicados por mês – Ano 2019



4. CAMPANHAS COM INVESTIMENTOS IGUAIS OU SUPERIORES A 15 MIL EUROS

Nos termos do n.º 1 do artigo 8.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto, «deve ser afeta aos órgãos de comunicação social regionais e locais uma percentagem não inferior a 25 % do custo global previsto de cada campanha de publicidade institucional do Estado de valor unitário igual ou superior a 15 000 euros». Importa ainda referir que, de acordo com o n.º 2 do artigo 10.º, «não é permitido o pagamento de campanhas de publicidade

institucional sem que a respetiva despesa esteja antecipadamente registada na ERC e sem que esteja cumprido o disposto no artigo 8.º».

Em 2019, foram comunicadas **20** campanhas de publicidade institucional do Estado que envolveram investimentos **superiores a 15 mil euros** na aquisição de espaços publicitários. O valor total das campanhas abrangidas pelo art.º 8.º da citada norma atingiu o montante de **2 973 536, 37 euros**, tendo sido destinada uma percentagem média de **23 %** deste valor a meios regionais e locais.

No âmbito da verificação do investimento em meios regionais e locais das campanhas comunicadas, foram identificadas **dez situações** em que não foi investida a parcela de 25 % do valor unitário da campanha em órgãos de comunicação social regionais e locais, tal como determina o artigo 8.º da legislação aplicável.

As situações irregulares detetadas motivaram a comunicação da ERC ao Tribunal de Contas, no cumprimento do dever atribuído a esta Entidade, previsto no n.º 3 do artigo 10.º da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto.

Fig. 6 - Campanhas abrangidas pelo artigo 8.º, da Lei n.º 95/2015, de 17 de agosto

Entidade	Campanha	Global (€)	Regional/local (€)	Regional/local
Agência para a Gestão Integrada dos Fogos Rurais	Portugal Chama	449 246,59	112 228,40	25,0%
Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Prevenção Rodoviária Páscoa de 2019	19 396,53	5 565,20	28,7%
	Duas ou quatro rodas, há espaço para todos	74 990,00	18 747,52	25,0%
	Natal e Ano Novo 2018/2019	136 748,47	6 241,20	4,6%
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Abandono de animais de companhia	20 632,02	0,00	0,0%
	Plano de Contingência	75 861,48	5 257,32	6,9%
	Vacinação contra a Gripe	111 003,60	8 720,62	7,9%
Direção-Geral da Saúde	Vacinação contra o Sarampo	131 401,74	9 078,99	6,9%
	Coma melhor	178 163,06	45 000,00	25,3%
	Siga o assobio	212 626,14	63 802,50	30,0%
	Qual a sua atividade física?	120 911,62	67 029,94	55,4%
EPAL	EPAL 150 Anos	33 654,67	0,00	0,0%
Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas	Redução de incêndios rurais	550 600,00	179 036,63	32,5%
Instituto do Emprego e Formação Profissional	Igualdade salarial entre Mulheres e Homens	169 723,34	43 899,94	25,9%
Instituto da Mobilidade e dos Transportes	IMT Online	71 946,98	3 915,81	5,4%
Instituto dos Registos e do Notariado (IRN)	CC Online	32 444,74	0,00	0,0%
Secretaria- Geral do Ministério da Administração Interna	Eleição Legislativa - Madeira 2019	47 302,07	18 854,24	39,9%
	Eleição Assembleia da República 2019	250 026,32	55 187,83	22,1%
	A bebedeira passa, O resto não	54 425,00	6 812,50	12,5%
	Eleições Parlamento Europeu 2019	232 432,00	33 519,00	14,4%
TOTAL		2 973 536,37	682 897,64	23,0%

6. ANÁLISE DOS INVESTIMENTOS COMUNICADOS – EVOLUÇÃO 2018/2019

Os investimentos na aquisição de espaços publicitários comunicados em 2019, envolveram **278** órgãos de comunicação social, dos quais **222** são de âmbito regional/local, o que corresponde a cerca de **80 %**.

No que respeita ao tipo de meios, o número mais elevado registou-se na Rádio (**115**), das quais **109** se referem a rádios de âmbito regional e local.

Seguiu-se o meio Imprensa com um total de **108**, em que **86** dos títulos selecionados se referem a meios regionais e locais. O menor número (27) continua a caber ao meio digital.

Em 2018, o número total de órgãos de comunicação social contemplados com publicidade foi de 192, dos quais 146 de âmbito regional/local, verificando-se que, em 2019, foram selecionados mais **86** órgãos, na totalidade, e mais **76** de âmbito regional/local.

Fig. 7 – Distribuição da publicidade institucional do Estado por tipo de meios (n.º)

Meio	Global			Regional/local		
	2018	2019	VAR. 2108/2019	2018	2019	VAR. 2108/2019
DIGITAL	38	43	▲ 5	28	27	▼ 1
IMPRESA	86	108	▲ 22	64	86	▲ 22
RÁDIO	58	115	▲ 57	54	109	▲ 55
TELEVISÃO	10	12	▲ 2	---	---	
TOTAL	192	278	▲ 86	146	222	▲ 76

No âmbito da análise dos montantes investidos por tipo de meios, destaca-se o valor destinado ao meio Televisão que ultrapassou **1 milhão e meio de euros**, seguindo-se a Rádio, com cerca de 850 mil euros e a Imprensa com pouco mais de 568 mil euros.

São ainda integrados no total dos investimentos em publicidade institucional do estado, outros meios que não se enquadram na definição de órgãos de comunicação social, tais como Mupis Digitais, Quiosques Multimédia, Redes Sociais ou Plataformas Multibanco, nos quais foram investidos cerca de 363 mil euros.

Os órgãos de comunicação social digitais receberam o menor investimento, também condicionado pela escassez de oferta, apenas cerca de 68 mil euros.

No que se refere aos meios de âmbito regional e local, o investimento mais elevado foi destinado à Rádio, com cerca de 425 mil euros. Seguiu-se a Imprensa, com cerca de 296 mil euros e, por último, o Digital, com pouco mais de 23 mil euros.

Fig. 8 – Investimentos por tipo de meios – Evolução 2018/2019 (€)

	Global			Regional/local		
	2018	2019	VAR. 2018/2019	2018	2019	VAR. 2018/2019
DIGITAL	32 169,19	67 871,57	▲ 35 702,38	14 960,19	23 651,42	▲ 8 691,23
IMPrensa	349 279,63	568 257,58	▲ 218 977,95	164 955,63	295 894,27	▲ 130 938,64
RÁDIO	262 257,62	846 785,47	▲ 584 527,85	129 888,86	424 795,78	▲ 294 906,92
TELEVISÃO	595 040,95	1 518 345,06	▲ 923 304,11			
OUTROS MEIOS	95 997,70	363 065,75	▲ 267 068,05			
TOTAL	1 334 745,09	3 364 325,43	▲ 2 029 580,34	309 804,68	744 341,47	▲ 434 536,79

Fig.9 – Investimentos totais por tipo de meios

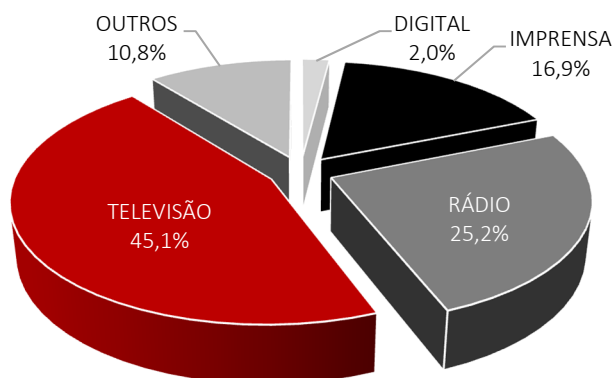
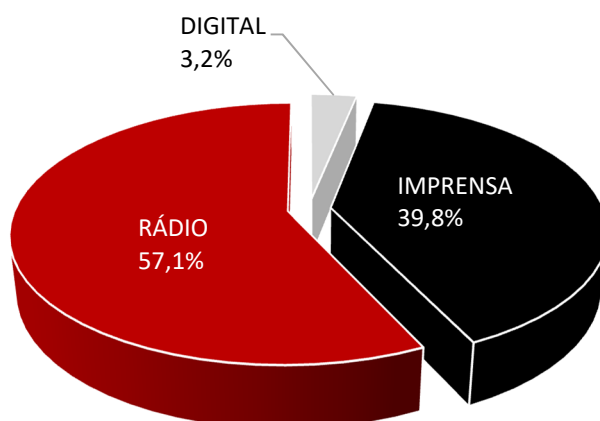


Fig. 10 – Investimento regionais/locais por tipo de meios



Relativamente a 2018, importa assinalar o aumento significativo dos investimentos comunicados, que foi superior a **dois milhões de euros**.

Fig. 11 – Investimento total por tipo de meios – Evolução 2018/2019 (€)

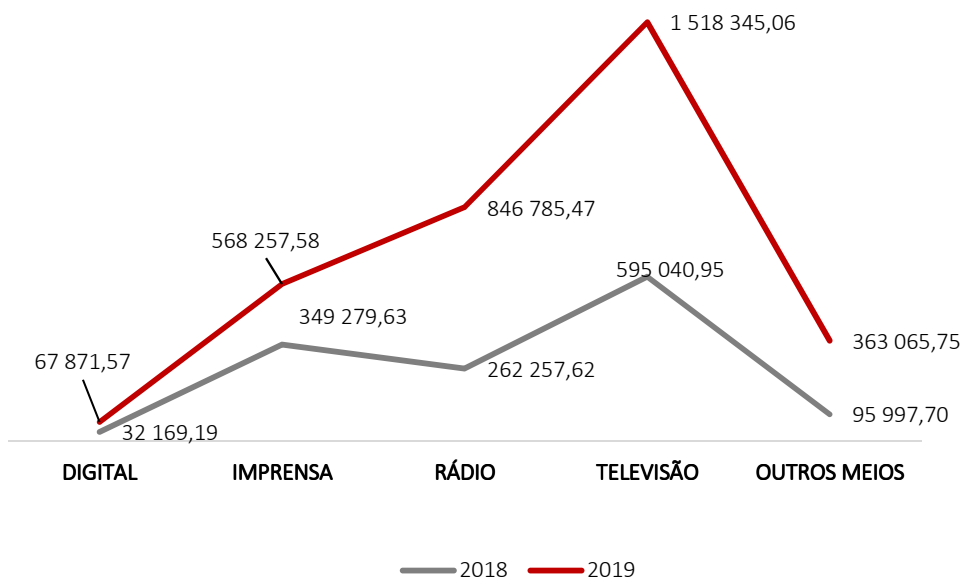
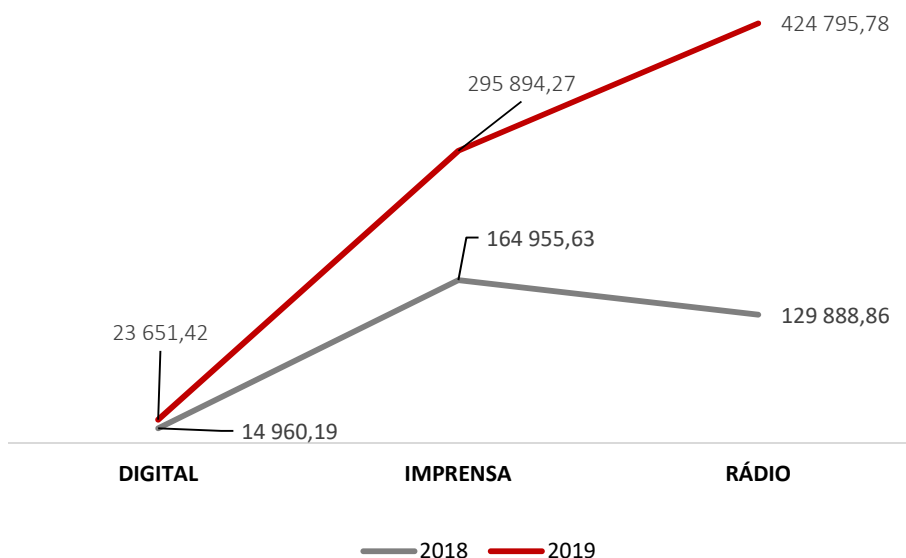


Fig. 12 – Investimento regional/local por tipo de meios – Evolução 2018/2019 (€)



No que respeita aos meios de comunicação social regionais e locais, por comparação com 2018, cujo investimento foi de 309 804,68 euros, registou-se igualmente uma subida expressiva, tendo sido investidos **744 341,47 euros**, o que corresponde a um aumento total de cerca de **meio milhão de euros**.

REGISTO DE ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. VISÃO GLOBAL

O registo dos órgãos de comunicação social é de suma importância. Por um lado, porque comprova a situação jurídica dos órgãos de comunicação social e garante a transparência da sua titularidade e, por outro lado, porque assegura a proteção legal dos títulos das publicações periódicas e a denominação das entidades emissoras de rádio e de televisão.

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

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

Assim, no uso das competências que lhe estão atribuídas, por força do n.º 1, do art.º 1.º do Decreto Regulamentar, n.º 8/99, de 9 de junho, republicado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2009, de 27 de janeiro, a ERC, no decurso de 2019, manteve como uma das grandes prioridades a consolidação do edifício registral dos órgãos de comunicação social.

Feita esta brevíssima nota introdutória, passemos à identificação dos diversos órgãos de comunicação social sujeitos a registo.

2. 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:



3. ATOS REGISTRALIS

Os atos registrais, em regra, dependem da iniciativa do interessado, à exceção dos que, por lei, são lavrados oficiosamente, como é o caso dos relativos aos operadores de rádio, televisão e aos respetivos serviços de programas que tenham sido objeto de procedimentos prévios de licenciamento ou de autorização, bem como os operadores de distribuição que tenham sido licenciados ao abrigo da Lei da Televisão (*vide* art.º 5.º, n.º 2, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

O conceito de publicação periódica resulta da conjugação dos art.ºs 9.º a 12.º da Lei de Imprensa (aprovada pela Lei n.º 2/99, de 13 de janeiro). Integram o conceito de imprensa todas as reproduções impressas de textos ou imagens, disponíveis ao público, quaisquer que sejam os processos de impressão e reprodução e o modo de distribuição utilizados.

São publicações periódicas as editadas em série contínua, sem limite definido de duração, sob o mesmo título e abrangendo períodos determinados.

São portuguesas as publicações editadas em qualquer parte do território português, independentemente da língua em que forem redigidas, sob a marca e a 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.

As publicações periódicas não podem iniciar a sua edição sem que previamente tenham sido registadas (*vide* art.º 13.º, do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

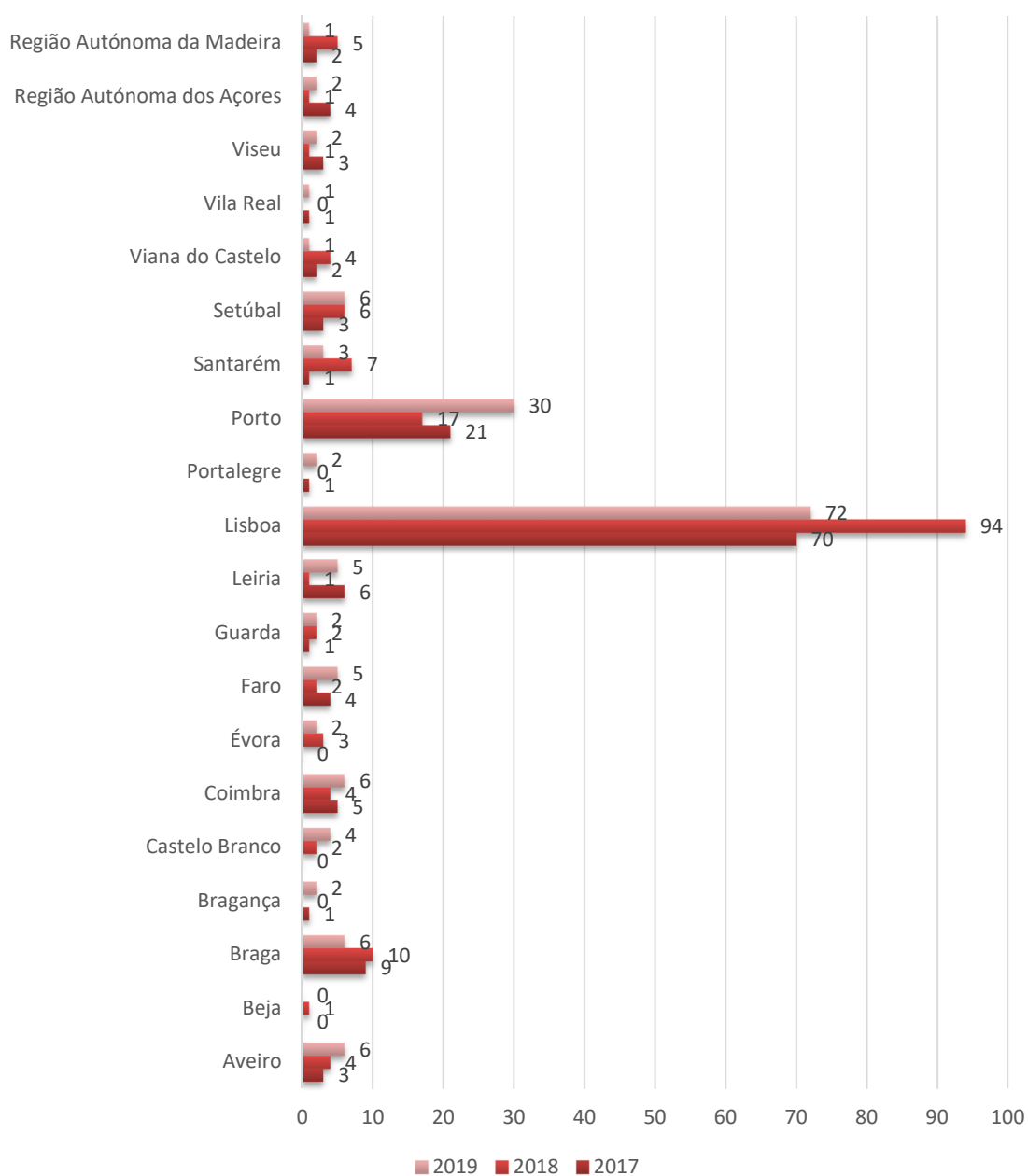
São elementos de registo:

- ✿ Título, logótipo, periodicidade, sede de redação, nome do diretor, denominação da entidade proprietária 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).

As publicações periódicas são inscritas provisoriamente por natureza, convertendo-se em definitivas mediante a apresentação, junto da ERC, do primeiro exemplar publicado, 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).

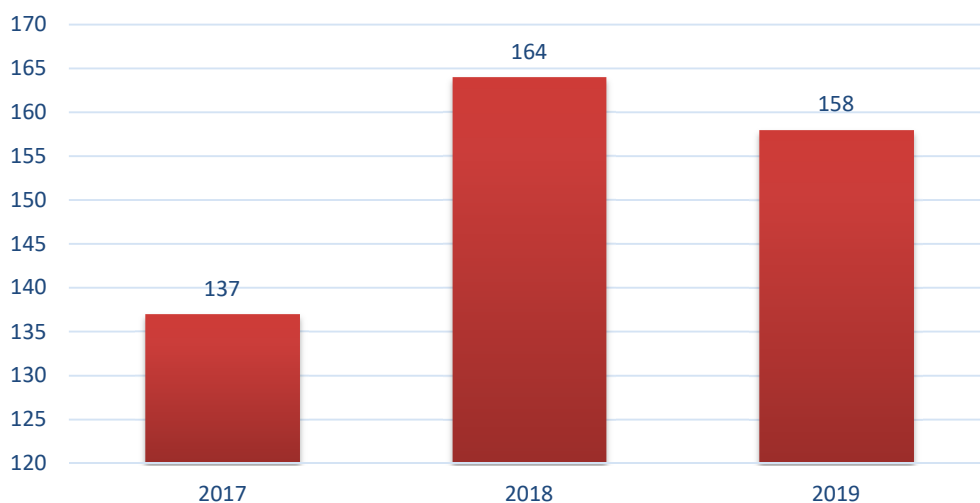
Nesta conformidade, durante 2019, foram registadas provisoriamente 158 publicações, das quais 110 se converteram em definitivas, 17 caducaram (por não se terem convertido em definitivas dentro do prazo estabelecido para o efeito) e transitaram para 2020, 31 registos provisórios (por ainda se encontrarem dentro do prazo para requererem a conversão).

Fig. 1 – Publicações periódicas inscritas por distrito, de 2017 a 2019



É de realçar que os distritos com mais inscrições durante 2019 foram Lisboa e Porto, à semelhança dos anos anteriores, respetivamente com 72 e 30 publicações registadas, tendo os restantes distritos ficado muito aquém destes números.

Fig. 2 – Publicações periódicas inscritas de 2017 a 2019



De salientar que em 2019 verifica-se uma pequena descida (6) no número de inscrições de publicações periódicas em relação ao ano transato, sendo que 84 registos se referem a publicações periódicas apenas em suporte *online*, seguidas de 29 em suporte papel e de 45 em ambos os suportes.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS

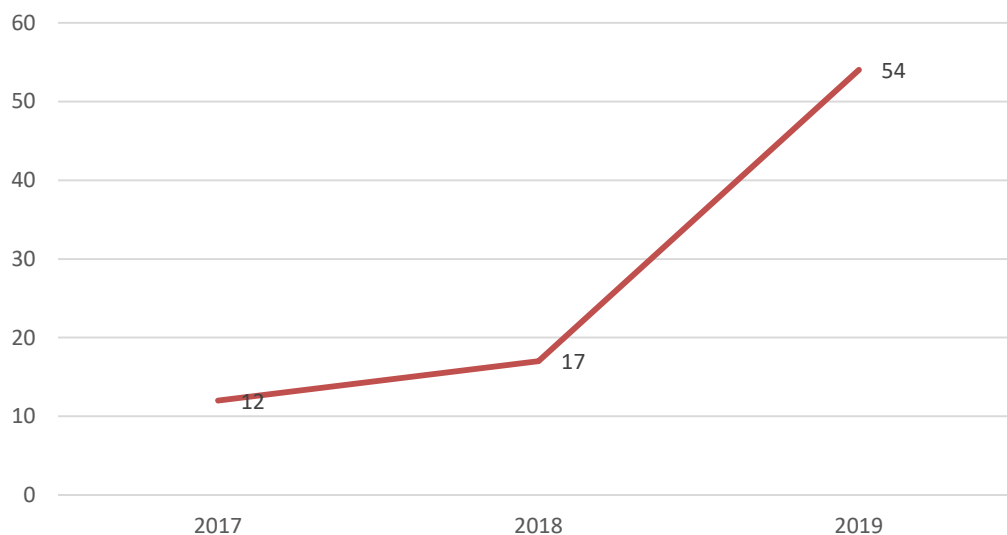
São empresas jornalísticas as sociedades proprietárias de publicações periódicas e cuja atividade principal seja a edição de publicações periódicas (art.º 7.º, da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- ✿ Denominação da empresa e sua natureza jurídica, 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).

A ERC, no âmbito das suas competências, inscreveu 54 empresas, em 2019.

Fig. 3 – Empresas Jornalísticas inscritas de 2017 a 2019



Da leitura da Figura 3, infere-se que, em 2019, foram inscritas 54 empresas jornalísticas, registando-se um aumento substancial do número de inscrições em relação aos anos anteriores. Este facto deveu-se a um levantamento de regularização de empresas jornalísticas que não tinham efetuado ainda a sua inscrição.

EMPRESAS NOTICIOSAS

São empresas noticiosas, as que têm por objeto principal a recolha e a distribuição de notícias, comentários ou imagens (art.º 8.º da Lei de Imprensa).

São elementos de registo:

- ✿ Nome ou denominação da entidade proprietária e sua natureza jurídica, sigla utilizada, 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).

Houve uma inscrição de empresa noticiosa no decorrer de 2019, situação que não se verificou nos últimos anos.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

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).

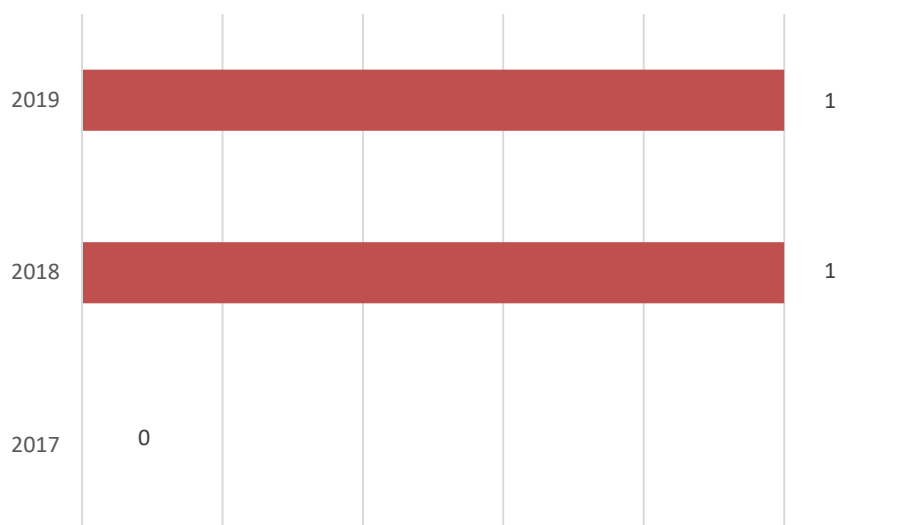
Conjunto dos elementos de programação, sequencial e unitário, fornecido por um operador de rádio (alínea i), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro).

São elementos de registo:

- ✿ 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).

Em 2019, houve uma inscrição de um operador de rádio e zero serviços de programas de rádio.

Fig. 4– Operadores de Rádio inscritos de 2017 a 2019



Como se verifica na Figura 4, em 2019, houve apenas uma inscrição de operador de rádio. De salientar que os registos verificados nestes anos devem-se a processos de cessão de serviços de programas de âmbito local e das respetivas licenças, nos termos do art.º 9.º e 10.º da Lei da Rádio.

OPERADORES DE TELEVISÃO E RESPATIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

Pessoas coletivas legalmente habilitadas para o exercício da atividade de televisão, responsáveis pela organização de serviços de programas televisivos (alínea n), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

Conjunto sequencial e unitário dos elementos de programação, fornecido por um operador de televisão, organizado com base numa grelha de programação (alínea t), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- ✿ Identificação e sede do operador, denominação ou designação dos serviços de programas, 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.

Durante 2019, foram inscritos um operador de televisão e três serviços de programas televisivos.

Fig. 5 – Operadores Televisivos inscritos de 2017 a 2019

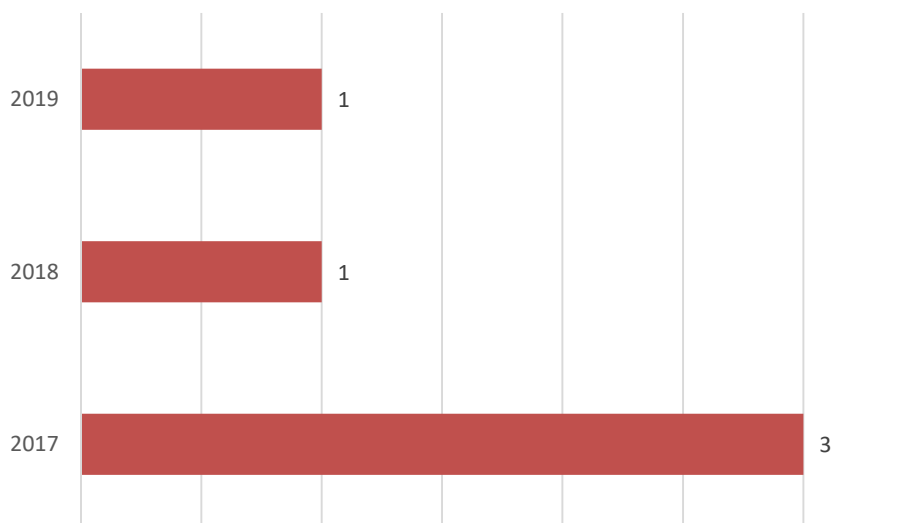
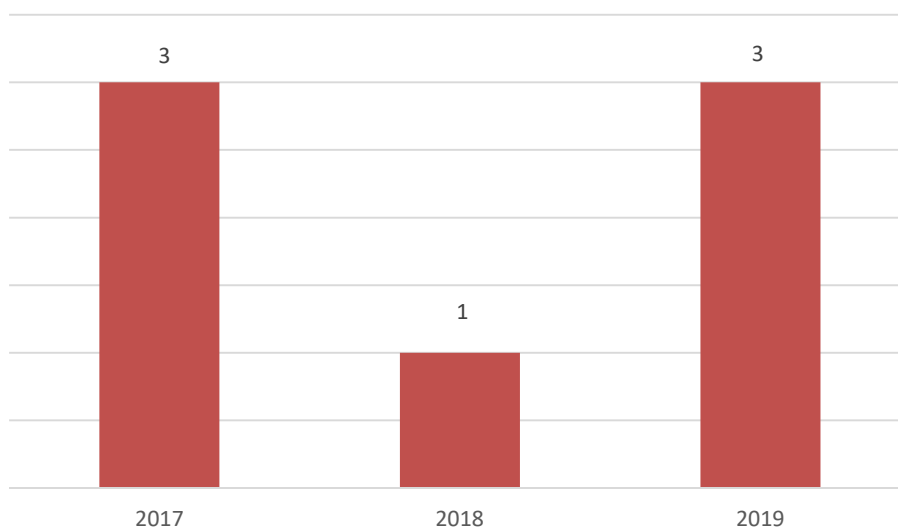


Fig. 6 – Serviços de Programas Televisivos inscritos de 2017 a 2019



Na Figura 6, verifica-se um aumento de inscrição de serviços de programas televisivos, em relação a 2018.

OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO

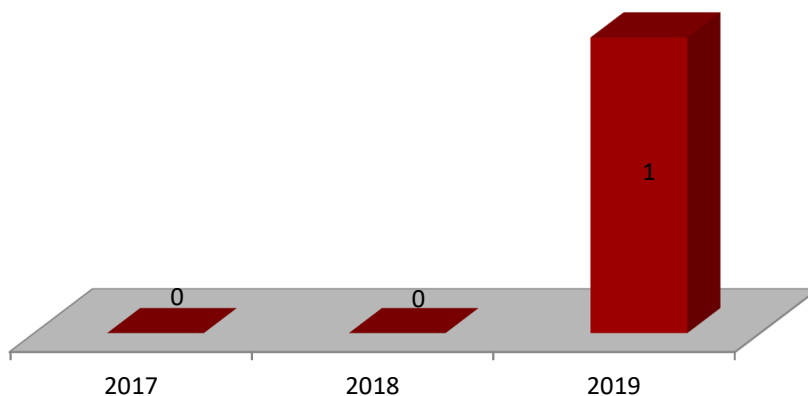
Pessoas coletivas responsáveis pela seleção e agregação de serviços de programas televisivos e pela sua disponibilização ao público através de redes de comunicações eletrónicas (alínea I), do n.º 1, do art.º 2.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho).

São elementos de registo:

- ✿ Identificação e sede do operador, 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).

Fig. 7 – Operadores de Distribuição inscritos de 2017 a 2019



Desde 2017 que não se verificava qualquer inscrição de operadores de distribuição.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

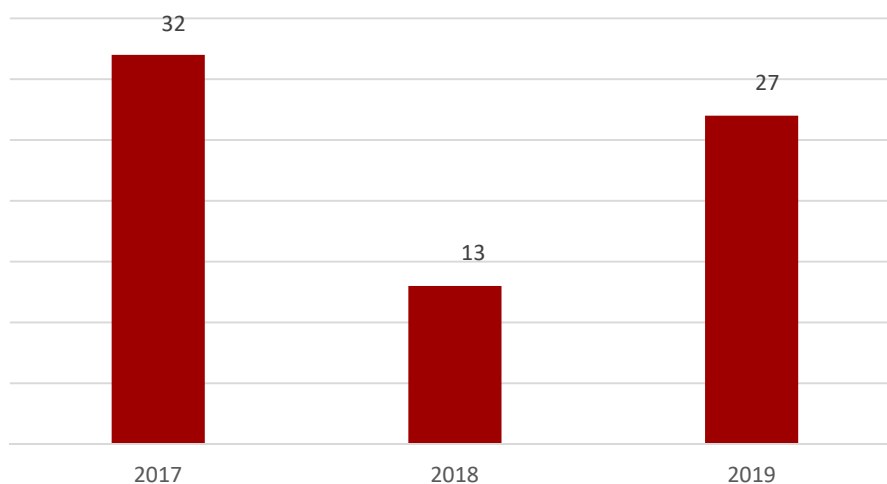
Difusão de serviços de programas televisivos exclusivamente através da internet e que não sejam objeto de retransmissão através de outras redes (n.º 8, do art.º 13.º, da Lei 27/2007, de 30 de julho); Difusão de serviços de programas de rádio exclusivamente através da internet. (n.º 3, do art.º 17.º, da Lei 54/2010, de 24 de dezembro).

São elementos de registo:

- ✿ Designação do serviço de programas, identificação do 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).

Em 2019, registaram-se 27 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, todos de rádio.

Fig. 8 – Serviços de Programas difundidos exclusivamente através da internet, de 2017 a 2019

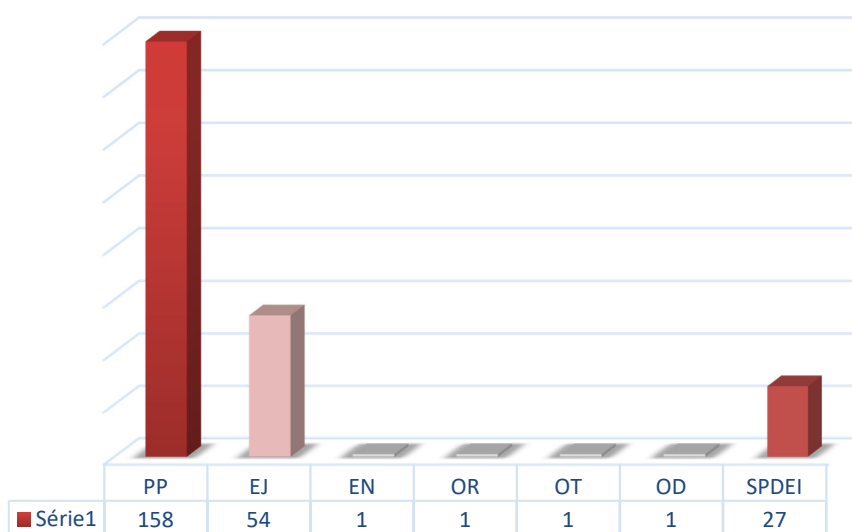


Na Figura 8 apura-se que houve uma subida substancial do número de inscrições de serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet, em comparação com o ano anterior.

INSCRIÇÕES

Face ao referido atrás, a ERC, no uso das suas competências, procedeu, ao longo de 2019, a 243 inscrições no universo dos órgãos/meios sujeitos a registo, as quais se encontram repartidas de acordo com o representado na Figura 9.

Fig. 9 – Registo de inscrições dos órgãos de comunicação social em 2019



Da análise do gráfico, claramente se verifica que é nas publicações periódicas que se regista o maior número de inscrições, seguidas das empresas jornalísticas, como já tem sido habitual nos últimos anos. De referir ainda que houve um aumento de 23,98% em comparação com o ano transato.

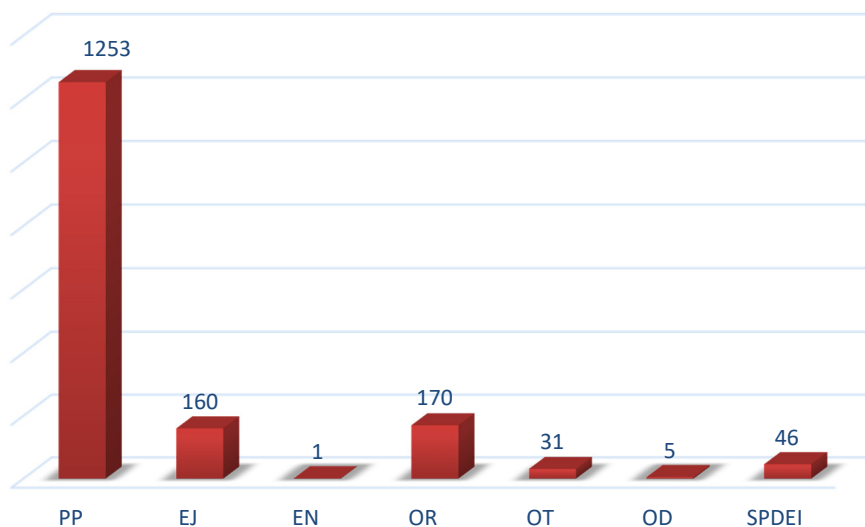
AVERBAMENTOS

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.

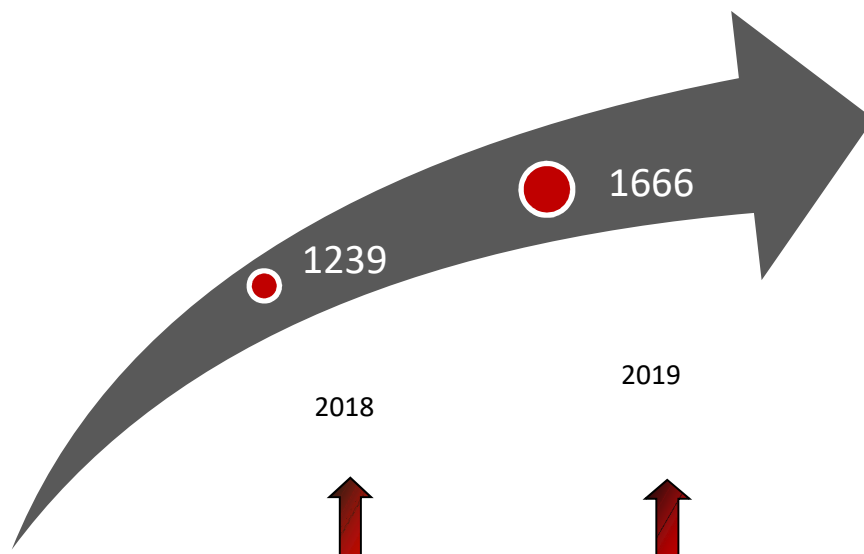
Durante 2019, a ERC, no uso das suas competências, efetuou 1666 averbamentos aos elementos constantes dos registos.

Fig. 10 – Averbamentos no registo dos órgãos de comunicação social em 2019



Na Figura 10 conclui-se que onde se verificou um maior número de averbamentos foi nas publicações periódicas, seguidas dos operadores de rádio.

Fig. 11 – Total de Averbamentos em 2018 e 2019



De salientar que, em 2019, houve uma subida de cerca de 21% de averbamentos em relação ao ano anterior.

CANCELAMENTOS

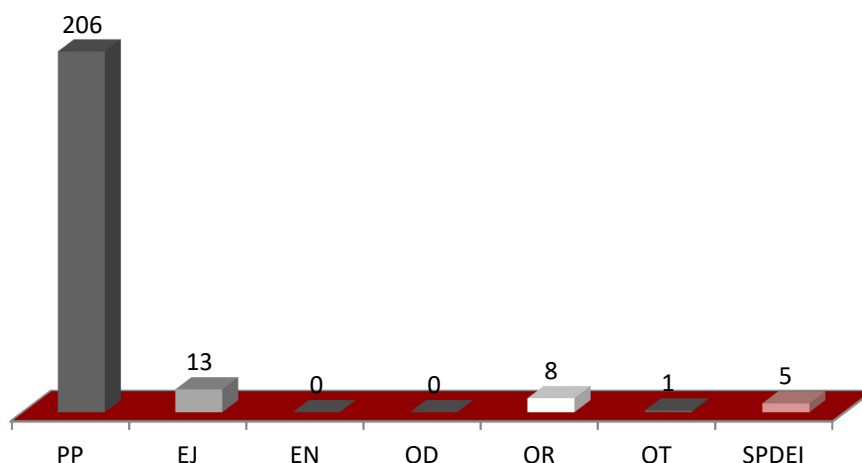
O registo pode ser cancelado oficiosamente ou por iniciativa do interessado, com base em documento que comprove a extinção dos direitos inscritos.

O cancelamento oficioso é uma importante ferramenta para que a ERC consiga, de uma forma objetiva, manter atualizado o registo dos órgãos de comunicação social, 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.ºs 23.º e 32.º, ambos do Decreto Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho).

Assim, a ERC pode socorrer-se deste instrumento (cancelamento) sempre que se verifique uma das seguintes situações:

- ✿ Nas publicações periódicas:
 - Cessação da publicação periódica;
 - Inobservância da periodicidade;
 - Exceder os períodos legais de suspensão da edição;
- ✿ Nas empresas jornalísticas:
 - Cessação da atividade da empresa;
 - Deixar de ser proprietária de publicações periódicas;
- ✿ Empresas noticiosas:
 - Cessação da atividade da empresa;
- ✿ Atividades sujeitas a licenciamento ou autorização:
 - Cessação da validade da licença ou autorização.

Fig. 12 – Cancelamentos dos órgãos de comunicação social em 2019



Na Figura 12 apura-se que foi nas publicações periódicas que se verificou o maior número de registos inativos. Dos 206 registos inativos nas publicações periódicas, 45 foram cancelamentos efetuados a pedido dos proprietários, 140 efetuados oficiosamente pela ERC e os restantes 21 devido a caducidades de registo.



4. PANORAMA ATUAL

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS



POR DISTRITO

Encontravam-se registadas 1725 publicações periódicas, distribuídas pelos seguintes Distritos e Regiões Autónomas:

Fig. 13 – Publicações periódicas com registo ativo em 2019 – Por distrito/região

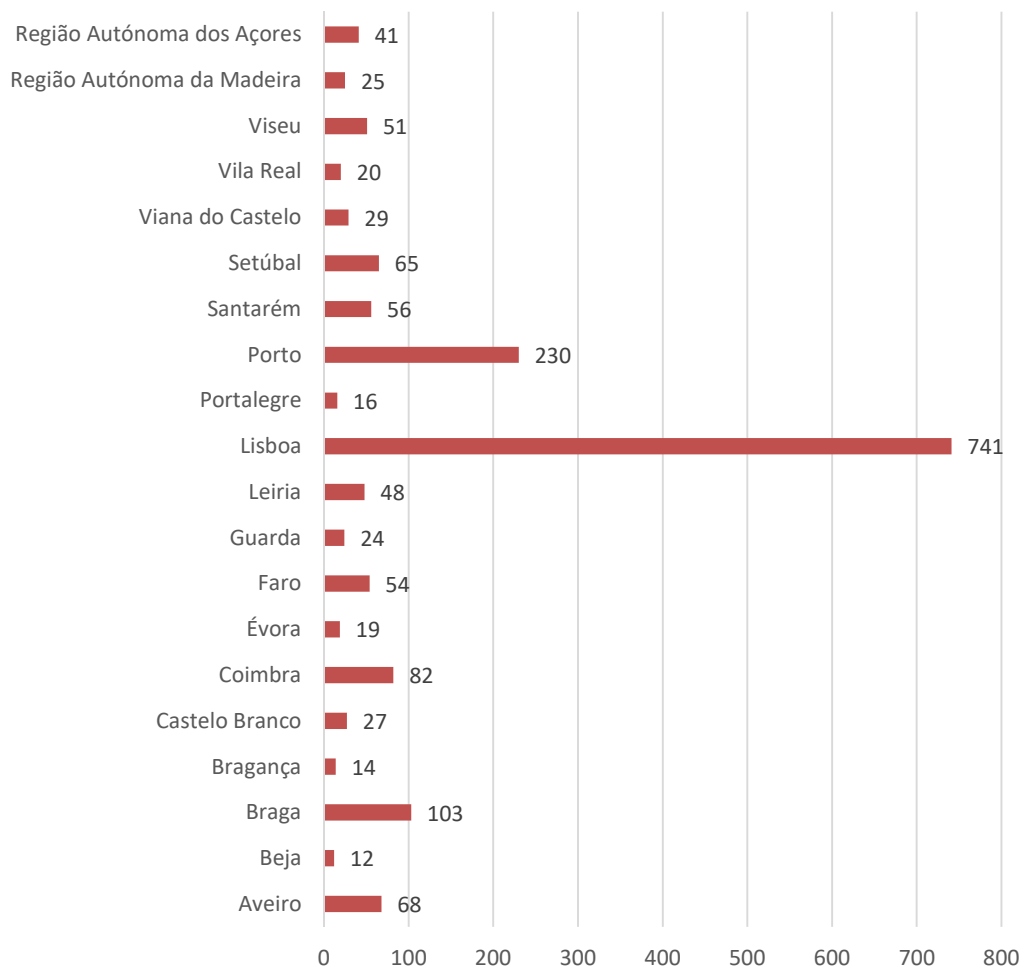
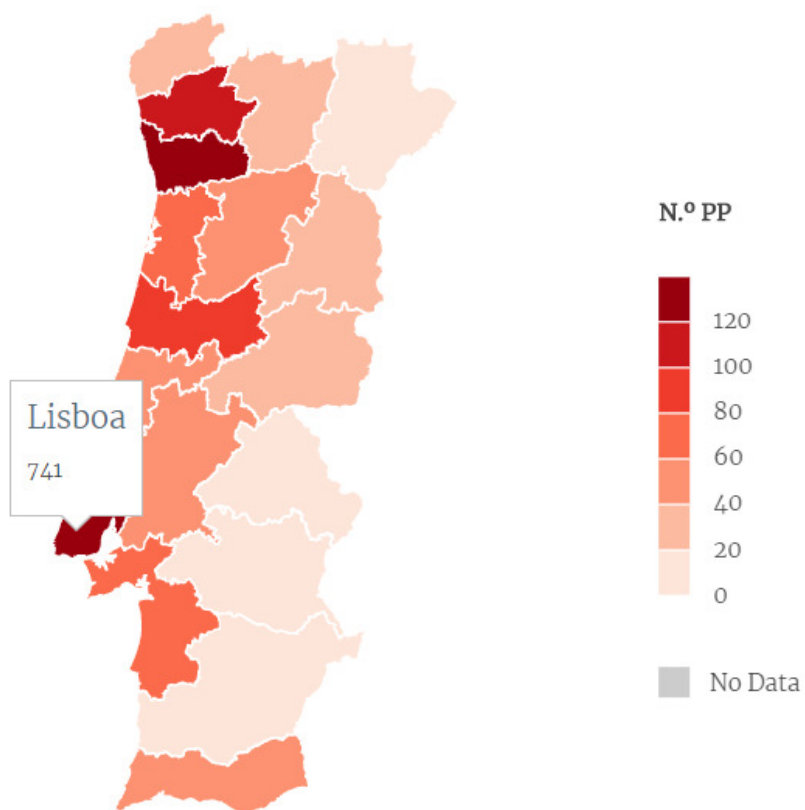


Fig. 14 – Publicações periódicas com registo ativo em 2019 – Mapa de Portugal

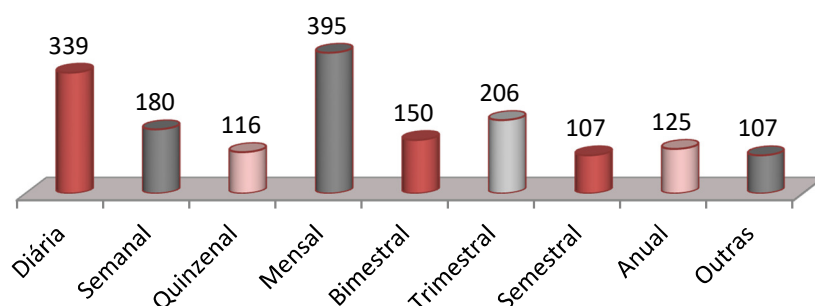


É de realçar que os distritos com maior número de publicações periódicas registadas são Lisboa e Porto, respetivamente com 741 e 230 publicações registadas, seguidos de Braga, com 103. Já os distritos com menor número de publicações registadas são Beja, com 12, Bragança, com 14 e Évora, com 19.

De salientar que, do universo das publicações periódicas registadas, 118 são jornais de âmbito nacional e 485 de âmbito regional.

PERIODICIDADE

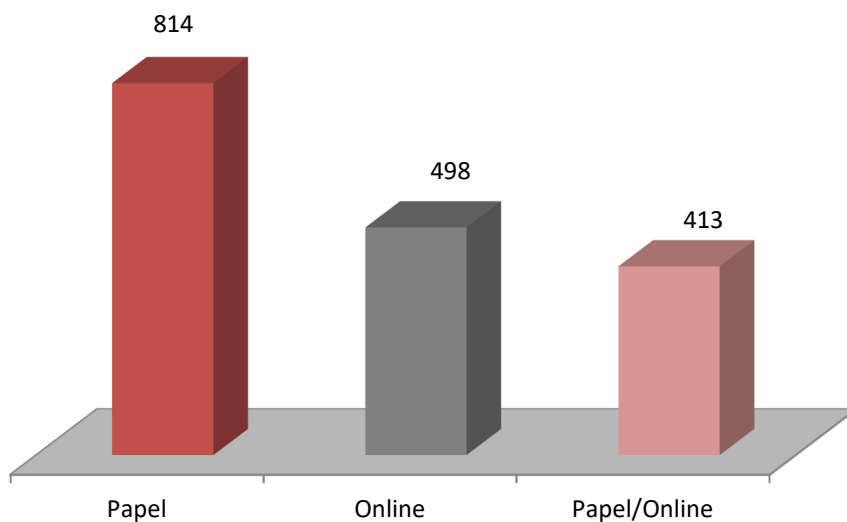
Fig. 15 – Publicações periódicas com registo ativo em 2019 – Por periodicidade



Como resulta da análise do gráfico da Figura 15, a periodicidade que mais se destaca é a mensal, seguindo-se a diária e a trimestral.

SUORTE

Fig. 16 – Publicações periódicas com registo ativo em 2019 – Por suporte

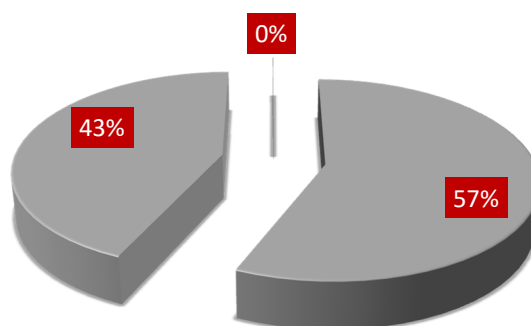


A Figura 16 é ilustrativa de como as publicações periódicas continuam a ter como suporte maioritário o papel, seguindo-se as publicações com suporte *online*.

ÂMBITO GEOGRÁFICO

Fig. 17 – Publicações periódicas com registo ativo em 2019 – Por âmbito geográfico

Nacional
 Regional
 Comunidades Portuguesas no Estrangeiro



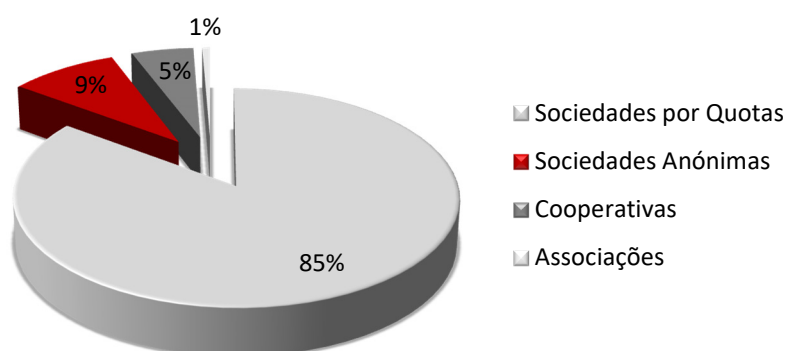
A Figura 17 destaca que a maior parte de publicações periódicas registadas é de âmbito geográfico nacional.

EMPRESAS JORNALÍSTICAS



Encontravam-se registadas, em 2019, 309 empresas jornalísticas.

Fig. 18 – Empresas Jornalísticas com registo ativo em 2019 – Por natureza jurídica



Da leitura do gráfico, verifica-se que a maioria das empresas jornalísticas registadas têm como natureza jurídica “Sociedade por Quotas”.

EMPRESAS NOTICIOSAS



Encontravam-se apenas duas empresas noticiosas registadas, em 2019.

OPERADORES DE RÁDIO E RESPECTIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS

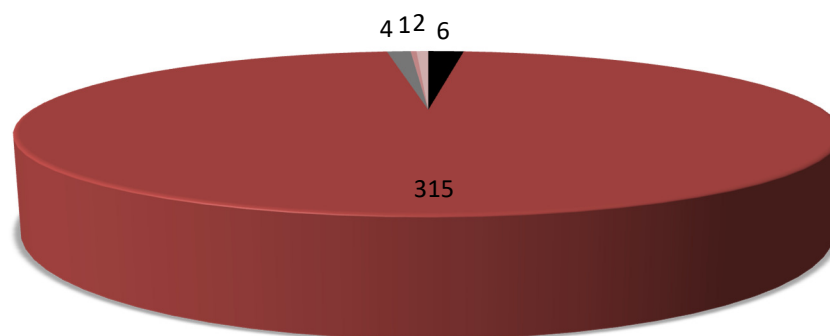


Em 2019, encontravam-se registados 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 286 operadores de rádio.

POR ÁREA DE COBERTURA

Fig. 19 – Serviços de programas de rádio com registo ativo em 2019 – Por área de cobertura

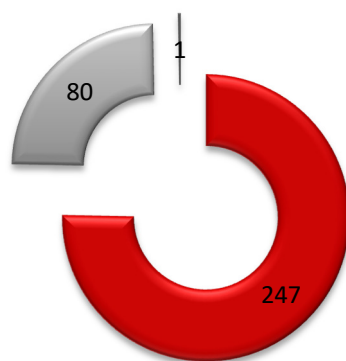
■ Nacional ■ Local ■ Regional ■ Regional e Local ■ Internacional



Cerca de 96 % dos serviços de programas de rádio registados têm a área de cobertura Local.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

Fig. 20 – Serviços de programas de rádio com registo ativo em 2019 – Por tipologia de programação

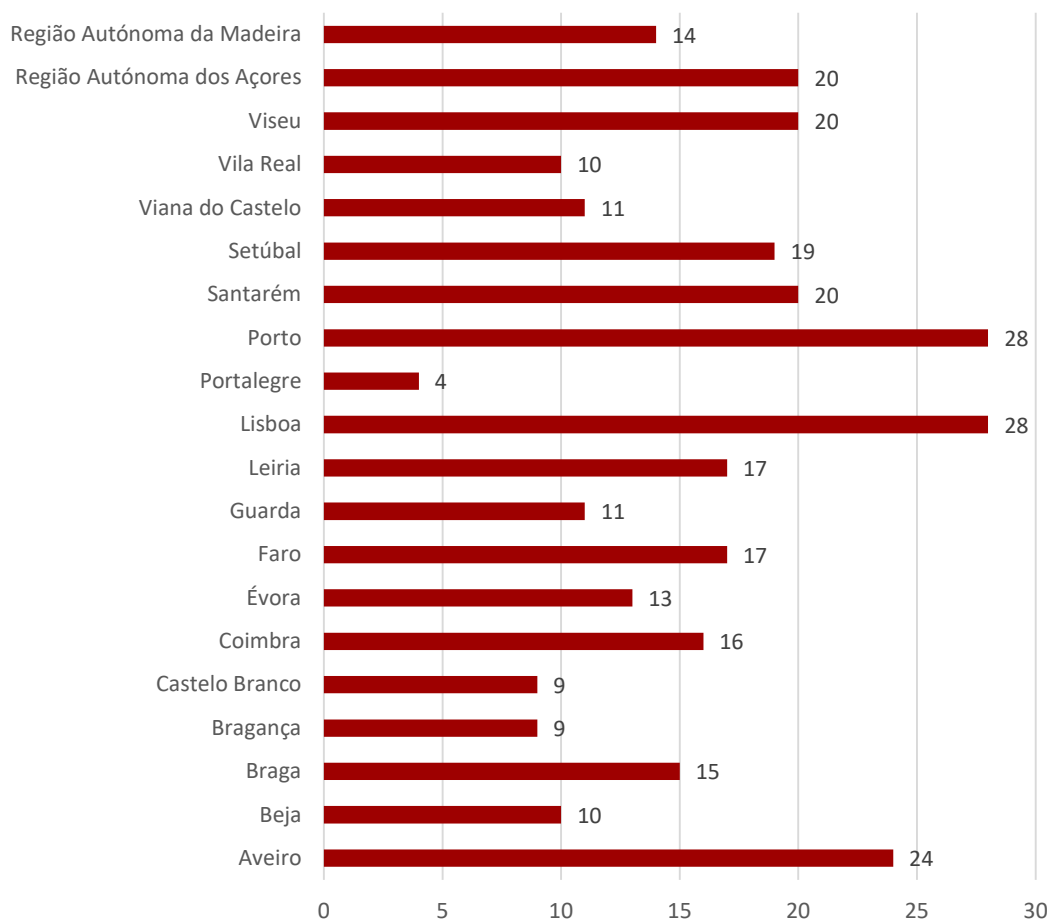


■ Generalista ■ Temático ■ Universitário

Como se poder aferir da leitura do gráfico da Figura 20, a maioria (247 registos) dos serviços de programas de rádio tem uma tipologia de programação generalista.

POR DISTRITO DE LICENCIAMENTO

Fig. 21 – Serviços de programas radiofónicos locais com registo ativo em 2019 – Por distrito de licenciamento



A Figura 21 espelha o número de licenças locais atribuídas por distrito de licenciamento, sendo os distritos de Lisboa e do Porto, seguidos do distrito de Aveiro, onde existem mais licenças.

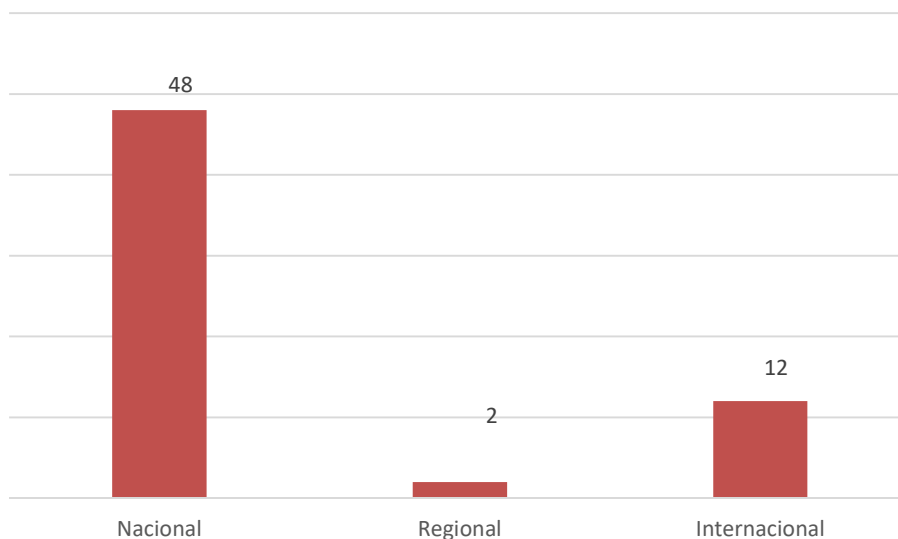
OPERADORES TELEVISIVOS E RESPETIVOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS



Encontravam-se registados, em 2019, 62 serviços de programas televisivos, distribuídos por 25 operadores televisivos.

POR ÁREA DE COBERTURA

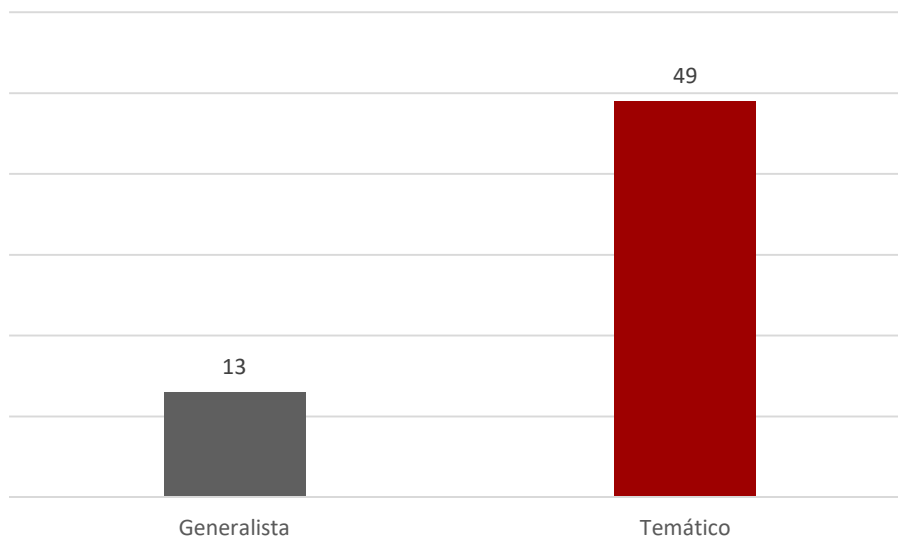
Fig. 22 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2019 – Por área de cobertura



Da análise da Figura 22, confere-se que 77 % dos serviços de programas registados são de cobertura Nacional.

POR TIPOLOGIA DE PROGRAMAÇÃO

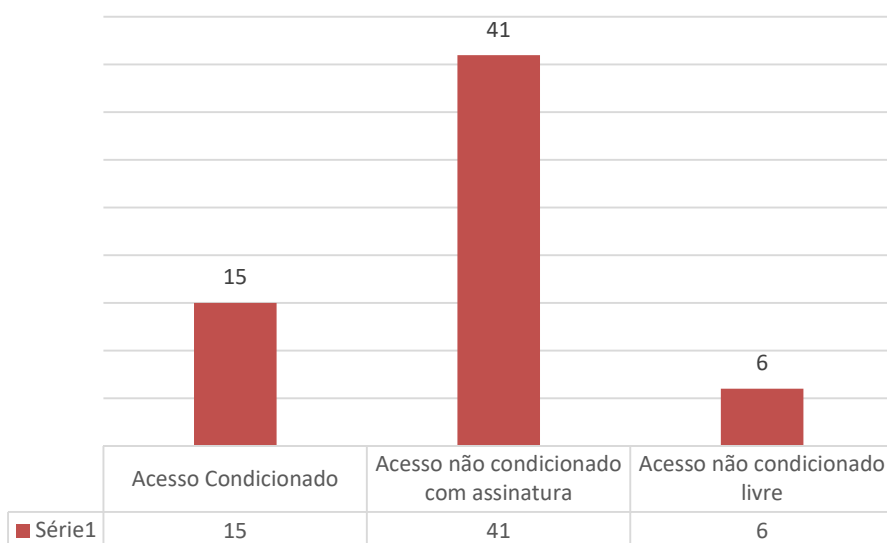
Fig. 23 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2019 – Por tipologia de programação



Na Figura 23 salienta-se a tipologia de programação Temático, com 79 % dos serviços de programas televisivos registados.

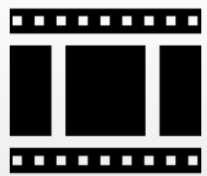
POR TIPO DE ACESSO

Fig. 24 – Serviços de programas televisivos com registo ativo em 2019 – Por tipo de acesso



Verifica-se que os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado com assinatura representam 66 % dos serviços de programas televisivos registados.

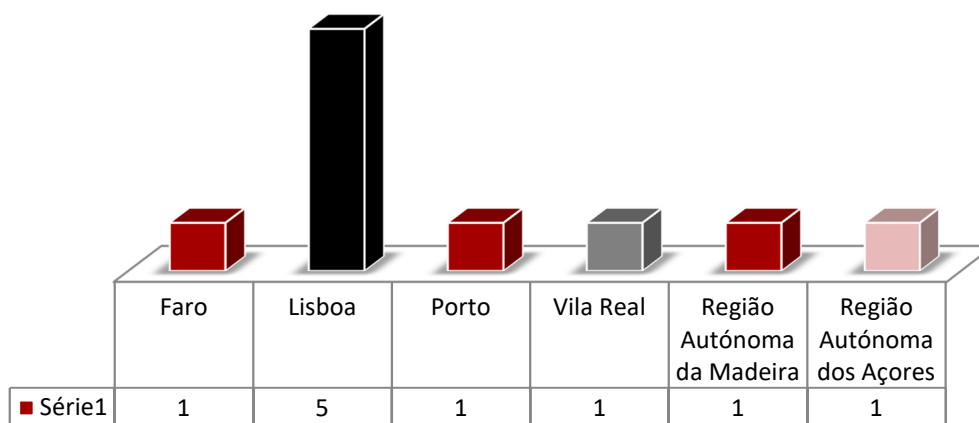
OPERADORES DE DISTRIBUIÇÃO



Em 2019, encontravam-se registados dez operadores de distribuição.

POR ÁREA GEOGRÁFICA

Fig. 25 – Operadores de distribuição com registo ativo em 2019 – Por área geográfica



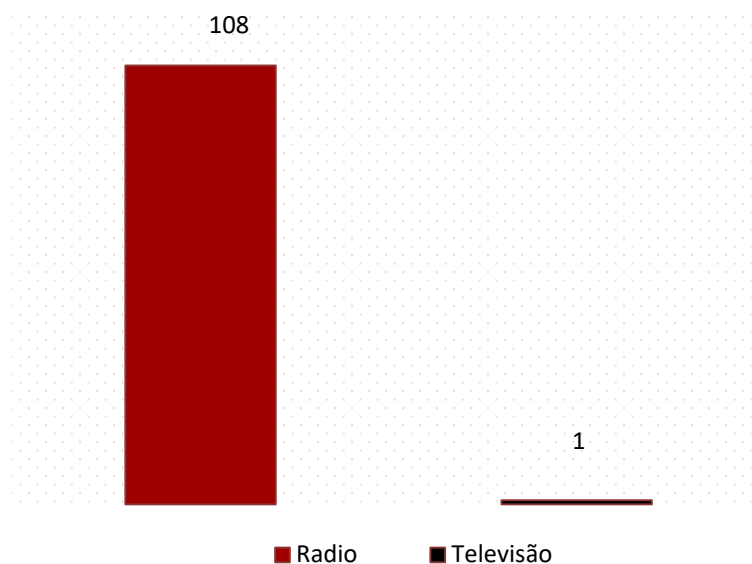
Lisboa é o distrito com maior número de operadores de distribuição registados.

SERVIÇOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET



Em 2019, encontravam-se registados 109 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet.

Fig. 26 – Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet com registo ativo em 2019 – Por tipo

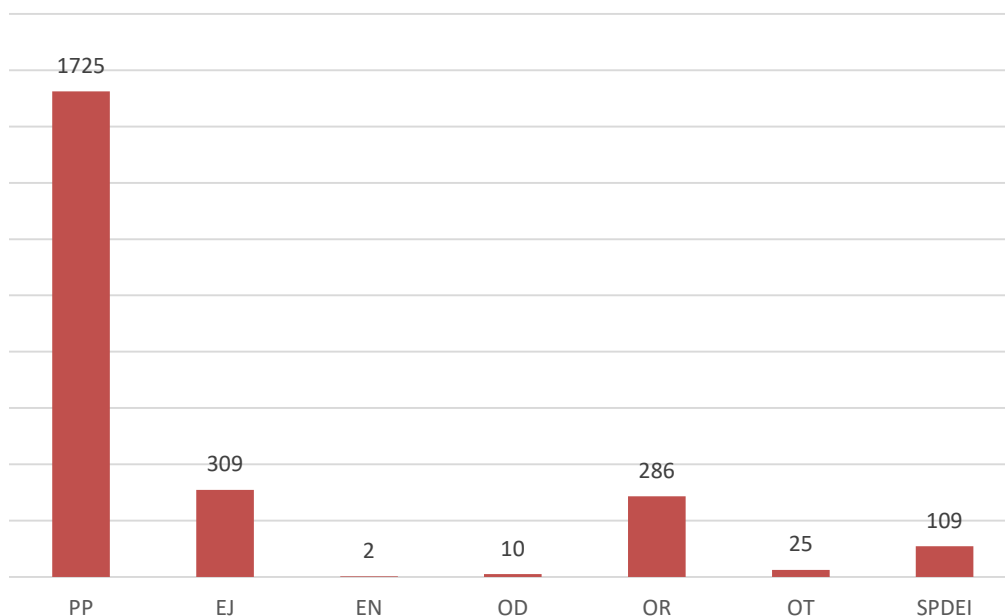


Na Figura 26 apura-se que 99 % dos serviços de programas distribuídos exclusivamente através da internet registados são de rádio.

CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO DOS REGISTOS DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

No universo dos registos dos órgãos de comunicação social em 2019, encontram-se ativos 2466 registos, distribuídos pelas diversas categorias conforme a Figura 27.

Fig. 27 – Registos ativos em 2019



Claramente, é nas publicações periódicas que assenta o maior número de registos, seguidas dos operadores de rádio e empresas jornalísticas.

✿ Publicações periódicas (PP)

Em 2019, encontravam-se inscritas 1725 publicações periódicas.

Do universo das publicações ativas em 2019, 603 são jornais, sendo 138 diários, 130 semanais, 94 quinzenais, 165 mensais e 76 com outras periodicidades.

✿ Empresas jornalísticas (EJ)

Em 2019, encontravam-se inscritas 309 empresas jornalísticas, com maior expressão as sociedades por quotas (263) e as sociedades anónimas (28).

✿ Empresas noticiosas (EN)

No mesmo ano, encontravam-se inscritas duas empresas noticiosas.

✿ Operadores radiofónicos (OR)

No que concerne aos operadores radiofónicos, encontravam-se inscritos 328 serviços de programas de rádio, distribuídos por 286 operadores.

✿ Operadores de televisão (OT)

Em 2019, encontravam-se inscritos 25 operadores e 62 serviços de programas televisivos.

✿ Operadores de distribuição (OD)

Em 2019, estavam inscritos 10 operadores de distribuição.

✿ Serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (SPDEI)

Em 2019, encontravam-se inscritos 109 serviços de programas difundidos exclusivamente através da internet (dos quais 108 são radiofónicos e um televisivo).

SONDAGENS 2019

1. VISÃO GLOBAL

A presente súmula tem por objetivo caracterizar o panorama da produção e publicação de sondagens submetidas ao regulador em 2019, procurando destacar as tendências observadas no setor.

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, as quais acompanham o modelo de análise de anos anteriores (base de dados ERC-Sondagens-DAM), indicando-se, sempre que tal se justificar, as alterações metodológicas e de nomenclatura resultantes da adaptação das informações pré-existentes ao Portal das Sondagens.

A divulgação de sondagens foi acompanhada pelo recurso à informação sistemática fornecida 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 ano de 2019 ficou marcado, no domínio das sondagens, pela ocorrência de três atos eleitorais, a saber: Eleição para o Parlamento Europeu, Eleição para a Assembleia Legislativa da Região Autónoma da Madeira e Eleição para a Assembleia da República. Assim, face a 2018, ano sem atos eleitorais de relevo quanto à procura de sondagens para divulgação, verifica-se um grande aumento do número de estudos de opinião depositados, totalizando-se em 2019 mais do triplo do número de depósitos verificados no ano anterior (88 contra 27, respetivamente).

Este aumento no número de depósitos está relacionado, por um lado, com os três atos eleitorais ocorridos em 2019 e, por outro lado, com a reconfiguração das parcerias entre empresas de sondagens e órgãos de comunicação social para a realização e publicação regular de sondagens políticas.

O universo das entidades credenciadas pela ERC para a realização de sondagens de opinião era constituído, a 31 de Dezembro de 2019, por 14 entidades.

Fig. 1 - Empresas de sondagens credenciadas a 31 de dezembro de 2019

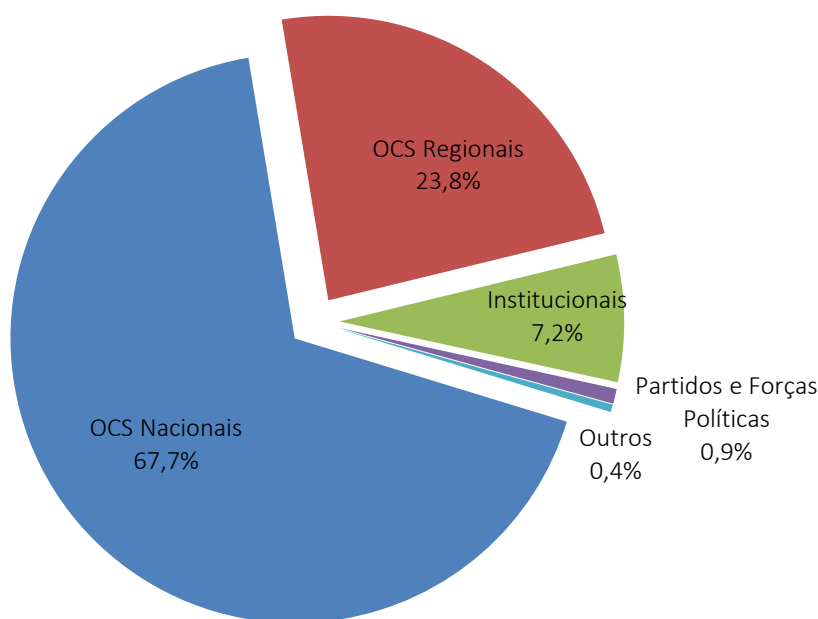
Entidades credenciadas em 31 de dezembro de 2019
Aximage – Comunicação e Imagem, Lda.
Consulmark2 – Estudos de Mercado e Trabalho de Campo, Lda.
Domp – Desenvolvimento Organizacional Marketing, S.A.
Eurosondagem – Estudos de Opinião, S.A.
G.Triplo, Estudos e Sondagens de Opinião, Lda.
ICS/ISCTE
Intercampus – Recolha, Tratamento e Distribuição de Informação, S.A.
Ipom – Instituto de Pesquisa de Opinião e Mercado, Lda.
Marktest – Marketing, Organização, Formação, Lda.
Multidados – Consultoria e tratamento estatístico de dados, Lda.
GFK/Metris – Métodos de Recolha e Investigação Social, Lda.
Norma-Açores - Sociedade de Estudos e Apoio ao Desenvolvimento Regional, S.A.
Pitagórica – Investigação e Estudos de Mercado, S.A.
Universidade de Aveiro/CIMAD

CARACTERIZAÇÃO GERAL DAS SONDAJENS

Foram dez as entidades credenciadas que efetuaram depósitos de sondagens em 2019, sendo a Eurosondagem e a Pitagórica as empresas mais representativas do setor dos estudos depositados, *ex aequo* com 25 % cada uma do total de depósitos. Estes dados espelham, face ao ano anterior, não só uma grande desconcentração das quotas de mercado (em 2018 as duas empresas com mais depósitos acumularam mais de 95 % dos depósitos efetuados), mas também um grande aumento no pluralismo da produção de estudos para divulgação pública, contando-se dez empresas com depósitos em 2019 contra as apenas três em 2018.

Os *media* constituem-se como os grandes clientes das sondagens políticas, destacando-se a predominância assumida pelos órgãos de comunicação social nacionais (cerca de dois terços do total de clientes registados nos depósitos). Como principais clientes, são de destacar, o Jornal de Notícias e a TSF, que apostaram sobretudo na cobertura das eleições legislativas para o Assembleia da República, através da contratação de barómetros políticos mensais, desde abril até ao final da pré-campanha, e de uma *tracking poll* diária, durante o período campanha eleitoral. Também é de salientar a TVI, que se juntou na reta final em parceria com o Jornal de Notícias e TSF, inscrevendo-se como cliente da *tracking poll* e da sondagem pós-eleitoral à boca das urnas, realizadas pela Pitagórica.

Fig. 2 - Tipo de cliente de sondagens



Total de clientes distintos N=36 (2019); Total de depósitos N=88 (2019);
Total de clientes referenciados em depósitos N=235 (2019).

Para melhor compreender e caracterizar as sondagens depositadas, estas são classificadas quanto às temáticas mais específicas sobre as quais incidem.

O grupo temático com maior relevo, em 2019, foi aquele que integra as questões relacionadas com intenção e sentido de voto, facto expectável em um ano marcado pela realização de três atos eleitorais. O tema mais frequente nos estudos em análise foi o da intenção de voto legislativo, presente em mais de um terço dos depósitos.

Seguem-se as questões sobre a avaliação do desempenho dos órgãos constitucionais e atores políticos, nomeadamente, a imagem dos líderes partidários, do Presidente da República e do Primeiro-Ministro.

Os cenários e representações eleitorais constituem-se como o terceiro grupo de questões mais frequentemente observadas nos estudos de opinião de 2019, salientando-se as questões sobre previsão de resultados eleitorais e perfil para Primeiro-Ministro.

Fig.3 - Principais temas abordados nas sondagens

Grupo temático	Referências temáticas	Depósitos	(%)
Grupo 5 - Intenção e sentido do voto	Voto Legislativo	65	73,9%
	Intenção de ir votar	30	34,1%
	Voto anterior	27	30,7%
	Voto Europeu	15	17,0%
Grupo 3 - Avaliação dos órgãos e atores políticos	Imagem dos líderes partidários	32	36,4%
	Imagem do Primeiro-Ministro	31	35,2%
	Imagem do Presidente da República	30	34,1%
	Imagem do Governo	18	20,5%
	Imagem de membros de partidos (inclui também independentes)	18	20,5%
	Imagem do Parlamento	10	11,4%
Grupo 6 - Cenários e representações relacionadas com escrutínios	Previsão de resultados eleitorais	21	23,9%
	Perfil para Primeiro-Ministro	20	22,7%
	Cenários eleitorais	18	20,5%

Nota: Só se apresentam as referências temáticas com observações de valor igual ou superior a 10 ocorrências.

Total de depósitos N=88 (2019);

Total de referências temáticas N=609 (2019).

CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DAS SONDAgens

O telefone continua a ser o meio de recolha de informação mais utilizado pelas empresas de sondagens, caracterizando perto de dois terços dos estudos realizados em 2019. Face a anos anteriores similares, em termos de depósitos e de eleições, verifica-se, no entanto, uma diminuição do peso relativo deste método, tanto pela aposta estratégica da parceria SIC e Expresso (com sondagens realizadas pelo ICS-ISCTE) em ter estudos com entrevistas presenciais mais longas, como pelo facto da Aximage ter passado a combinar o telefone com a internet na recolha de informação dos seus estudos regulares. No campo do método de seleção das amostras, continua a verificar-se a prevalência dos métodos aleatórios, ainda que o número de sondagens depositadas com amostragem por quotas seja agora muito aproximado ao dos estudos com métodos de seleção de aleatórios.

No ano de 2019 foram inquiridos 190.586 indivíduos, tendo sido realizado apenas três sondagens com recurso a amostras inferiores a 600 entrevistados. Face a 2018, foram realizadas mais 169.786 entrevistas.

DIVULGAÇÕES DE SONDAGENS E DE INQUÉRITOS DE OPINIÃO

No cumprimento da sua função de regulador, a ERC empenha-se em monitorizar a divulgação de sondagens praticada pelos órgãos de comunicação social.

Em 2019, foram analisadas 13.551 peças jornalísticas por potencial correspondência com os critérios de seleção metodologicamente definidos. Após análise, verificou-se que em cerca de um terço destas peças são divulgados ou referidos resultados de estudos de opinião cuja temática se considera subsumível na Lei das Sondagens.

O acréscimo acentuado no número de peças jornalísticas, cujo enfoque são os estudos de opinião sobre temáticas políticas, decorre de um aumento significativo no número de sondagens realizadas no ano em análise.

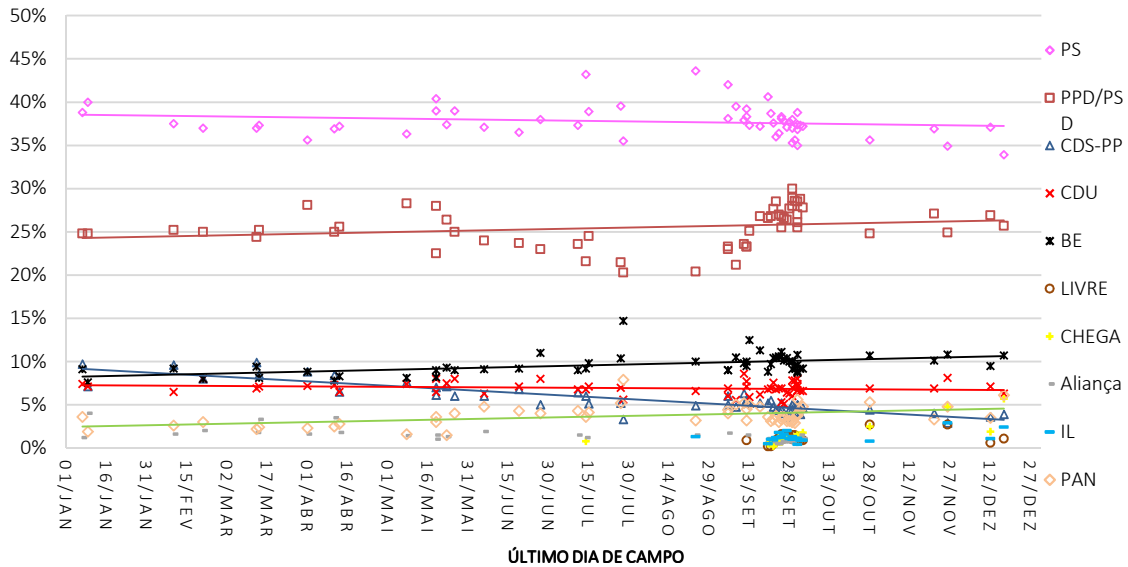
A internet e a televisão são os meios com maior número de divulgações identificadas. A rádio e a imprensa são as plataformas de divulgação de sondagens com menor expressão, apesar de no ano em análise acumularem um volume considerável de peças sobre esta temática. No caso da rádio verifica-se mesmo, face aos últimos dez anos, um aumento muito expressivo no número de peças identificadas, sobretudo por ação da TSF que fez parceria, enquanto cliente de uma série de sondagens realizadas pela Pitagórica, com o Jornal de Notícias e a TVI.

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

OS ESTUDOS ELEITORAIS EM 2019

A recolha da intenção e do sentido do voto dos eleitores foi objeto em 78 das 88 sondagens depositadas em 2019 (88,6 %). O sentido de voto mais perscrutado foi o legislativo para a Assembleia da República (presente em 65 sondagens), seguindo-se o sentido de voto europeu (presente em 15 sondagens), o sentido de voto legislativo para as Regionais da Madeira (presente em seis sondagens) e o sentido de voto nas eleições presidenciais (presente em uma sondagem).

Fig.4 - Evolução das intenções de voto legislativo em 2019



Depósitos de sondagens, com universo alvo de Portugal e Portugal Continental, que abordaram a intenção de voto em eleições legislativas: N=56 (2019).

Os dados desta figura são projeções de intenção de voto onde se encontram excluídos os não votantes declarados e os indecisos e não respondentes.

PROCEDIMENTOS E DELIBERAÇÕES

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

Em 2019 foram iniciados 36 procedimentos, resultantes principalmente da ‘Concessão, renovação e caducidade de licenças’ para realização de sondagens (11), do ‘Acompanhamento e fiscalização de depósitos e divulgações de estudos de opinião’ (8) e de ‘Queixas’ (7). Os restantes processos decorreram de ‘Pedidos de parecer sobre sondagens’ (6), de ‘Pedidos de informação’ relacionados com as regras aplicáveis aos estudos de opinião (2) e da alteração da responsabilidade técnica das entidades credenciadas (2).

Do conjunto de procedimentos finalizados em 2019 (33), 27 foram desencadeados em 2019 e 6 em 2018 ou em anos anteriores.

ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR DE MEDIA EM PORTUGAL

1. VISÃO GLOBAL

O presente relatório económico-financeiro sobre o setor da comunicação social português em 2019 pretende mostrar uma fotografia fidedigna do universo de regulados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), por forma a estimular a reflexão sobre desafios e oportunidades.

A análise inicia-se com um enquadramento macro da economia portuguesa e do setor. Seguidamente, apresentam-se os principais eventos e tendências evidentes durante 2019, para terminar com uma análise individual dos principais intervenientes.

Resultado da situação de pandemia vivida em 2020, à data de fecho deste estudo, dia 5 de junho de 2020, a informação colecionada foi muito reduzida, pelo que a análise setorial e de perspetivas futuras que aqui habitualmente se tem realizado apenas irá ser apresentada em Setembro de 2020, aquando da atualização e publicação autónoma do mesmo.

Esta limitação aplica-se não só ao grupo de empresas às quais normalmente é solicitada informação financeira individualizada (Relatório e Contas), como também ao universo de entidades que reporta anualmente informação financeira para cumprimento das obrigações legais da transparência. Devido ao estado de emergência, o prazo para esta comunicação foi alargado até 31 de julho, pelo que, à data de fecho da presente análise, o conjunto de entidades que haviam reportado dados era ainda pouco significativo.

Neste enquadramento irá apresentar-se apenas a informação individualizada por empresa, das doze empresas acerca das quais foi possível obter dados.

Neste grupo de empresas, seis apresentaram crescimento de receitas e seis crescimento dos Resultados Antes de Custos Financeiros, Impostos, Depreciações e Amortizações (EBITDA), não existindo necessariamente coincidência entre ambos para uma mesma empresa.

As empresas em observação foram rentáveis em 2019, em que dez das doze apresentaram EBITDA positivo e resultados líquidos positivos. As duas empresas que reportaram EBITDA negativo foram as mesmas que apresentaram resultados líquidos negativos.

Em termos de margem, a tendência não foi definida. Cinco apresentaram melhoria da margem EBITDA e cinco, as mesmas, da margem líquida. A rentabilidade dos capitais próprios melhorou em quatro das doze empresas analisadas.

Relativamente a endividamento, em termos líquidos absolutos, sete das empresas apresentaram uma diminuição nos níveis de dívida líquida e apenas uma apresentou aumento do rácio dívida líquida/EBITDA. A cobertura do ativo por capitais próprios melhorou apenas em quatro das doze empresas, o que demonstra que a alavancagem deste grupo não se reduziu em 2019.

Estes e outros aspetos serão aprofundados na publicação de setembro.

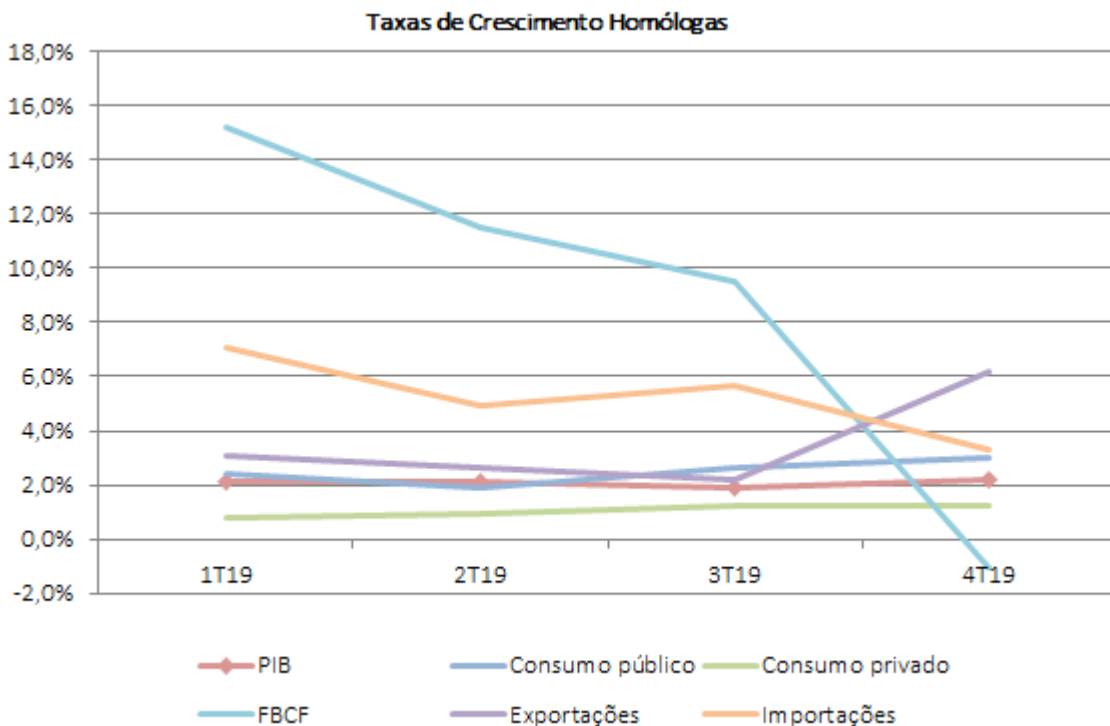
2. ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO E TENDÊNCIAS SETORIAIS

2019 voltou a ser um ano de crescimento estável para a economia portuguesa.

De acordo com os dados do Banco de Portugal, o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) manteve-se positivo em todos os trimestres de 2019, tendo iniciado o primeiro trimestre com um crescimento homólogo de 2,1 %, para finalizar o quarto trimestre com um crescimento de 2,2 %. Na Zona Euro, a tendência foi de desaceleração, com o crescimento homólogo no primeiro trimestre do ano a situar-se nos 1,4 %, para encerrar o último trimestre de 2019 com uma taxa de crescimento de 1 %.

No caso português, o desempenho foi explicado pela aceleração do consumo público e privado, pela aceleração das exportações, principalmente no último trimestre do ano, e pela desaceleração das importações compensadas pela forte desaceleração da formação bruta de capital fixo. Na Zona Euro, as tendências foram bastante semelhantes às registadas em Portugal, embora com taxas de variação inferiores em magnitude. (Figura 1).

Fig. 1 - A taxa de crescimento do PIB português estabilizou em 2019



Fonte: Boletim estatístico do Banco de Portugal, maio e fevereiro de 2020. Elaboração ERC.

Não é de surpreender que a taxa de desemprego tenha apresentado também estabilidade ao iniciar e encerrar o ano em 6,7 %, valor inferior aos registados na Zona Euro.

A inflação portuguesa continuou em desaceleração, com o índice harmonizado a atingir 0,3 % de variação homóloga média anual, face a 1,2 % em 2018, e tendo apresentado registos mensais negativos algumas vezes. O desempenho da inflação portuguesa apresentou-se em linha com a tendência da Zona Euro.

Em termos agregados, a concessão de crédito portuguesa acelerou ligeiramente durante 2019, tanto a empresas privadas como a particulares. O custo de obtenção de financiamento manteve a trajetória descendente, reflexo da política monetária ultra expansionista adotada pelo Banco Central Europeu.

A balança de transações correntes saldou-se negativa, resultado da manutenção em terreno negativo (-7,9 %) do défice da balança comercial e dos rendimentos primários, designadamente os relacionados com investimento direto em ativos fixos e, em menor grau, em ativos financeiros, que conjuntamente, em 2019, mais que compensaram o saldo positivo da balança de serviços e as entradas de dinheiro por via das remessas de emigrantes.

O investimento estrangeiro direto líquido também fechou o ano negativo, mas, tal como no ano anterior, foi compensado por investimentos em ativos financeiros. Em suma, entrou dinheiro na economia portuguesa vindo do exterior, destinado ao investimento em títulos, mas o investimento estrangeiro em ativos fixos diminuiu.

Em 2019, o endividamento total do setor não financeiro, em percentagem do PIB, voltou a apresentar uma trajetória descendente, patente em todos os seus componentes, e atingiu os 342 %, ainda assim um nível bastante elevado. O setor público não financeiro, com um endividamento correspondente a 152 % do PIB, e as empresas privadas, com 124 %, foram as maiores fatias do endividamento, seguidas pelos particulares, com 65 %. De salientar que a trajetória descendente dos vários indicadores de endividamento face ao PIB resultou, maioritariamente, do crescimento do mesmo, em detrimento de uma redução efetiva nominal dos montantes de endividamento dos vários segmentos. O endividamento em termos nominais apenas desceu no segmento de empresas, tanto públicas como privadas, tendo aumentado nos particulares e restante setor público.

Relativamente às contas públicas, o saldo global do Estado continuou a trajetória de melhoria, ao passar de um défice de 0,4 % em 2018, para um excedente de 0,2 %, em 2019, o primeiro da história democrática portuguesa. O saldo primário, indicador que reflete a sustentabilidade do endividamento, manteve excedentes consistentes, fechando o ano numa posição mais favorável do que em 2018.

Em geral, pode concluir-se que o enquadramento económico em 2019 continuou favorável, algo semelhante a 2018 e em linha com o panorama internacional.

O enquadramento macroeconómico tem uma influência relevante sobre o consumo de *media*, quer através de uma maior propensão à aquisição direta de produtos e serviços do setor, quer através de maiores gastos em publicidade por parte dos anunciantes.

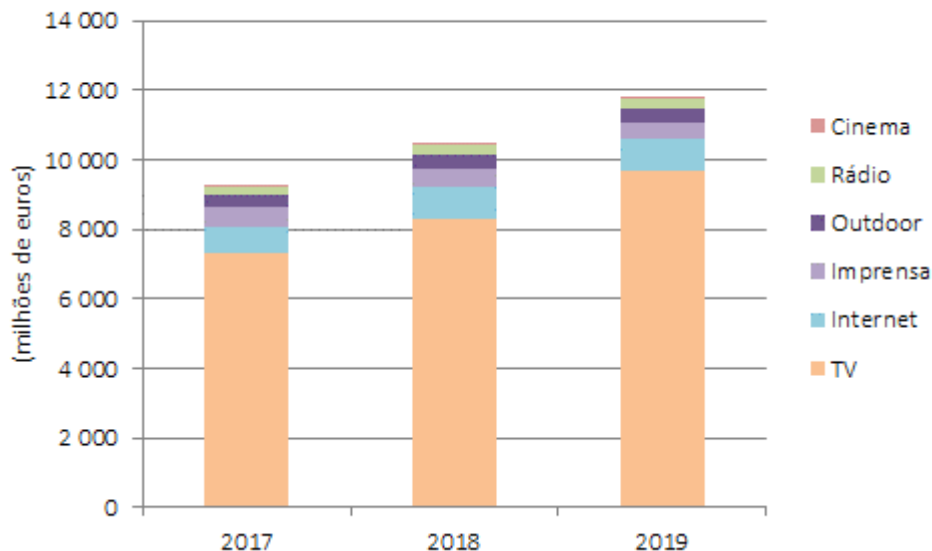
De acordo com as informações recolhidas pela Magna Global, em 2019, o mercado publicitário cresceu globalmente 5,2 %, uma desaceleração face a 2018. A grande maioria das regiões do globo apresentou crescimento e a publicidade digital começou a demonstrar uma tendência de desaceleração, com um crescimento de 15 %. As redes sociais continuaram a ser o segmento que apresentou taxas de crescimento de publicidade mais elevadas, com +25 % face a 2018 (mas também em tendência de desaceleração face ao crescimento de 34 % em 2018). Em 2019, a publicidade digital representou, pela primeira vez, mais de metade das vendas de publicidade a nível global.

De acordo com as informações constantes no Relatório e Contas da Media Capital, em Portugal, o mercado publicitário de agências antes de *rappel* registou, em 2019, um novo

crescimento, estimado na ordem dos 3 %, o qual compara com 10 % em 2014, 3 % em 2015, 5 % em 2016 e 3 % em 2017 e em 2018. Verificou-se uma ligeira quebra em televisão (-2 % na televisão em sinal aberto e +5 % nos canais disponíveis em plataformas de subscrição) e um novo incremento significativo no digital, que se estima ter melhorado 10 %. A rádio registou uma subida de 8 %. O único segmento do mercado a registar uma quebra no investimento publicitário foi o da imprensa, que perdeu cerca de 17 % em relação a 2018, enquanto o cinema subiu 15 %, embora em termos absolutos seja pouco expressivo no global do mercado. O *outdoor* terá melhorado 10 %.

Ao observar os dados disponíveis a preços de tabela, de acordo com os números da MediaMonitor (“Anuário Meios e Publicidade 2019”), todos os segmentos de publicidade cresceram, com exceção da imprensa e da internet. A televisão continuou a ser o segmento dominante em termos de dimensão (Figura 2).

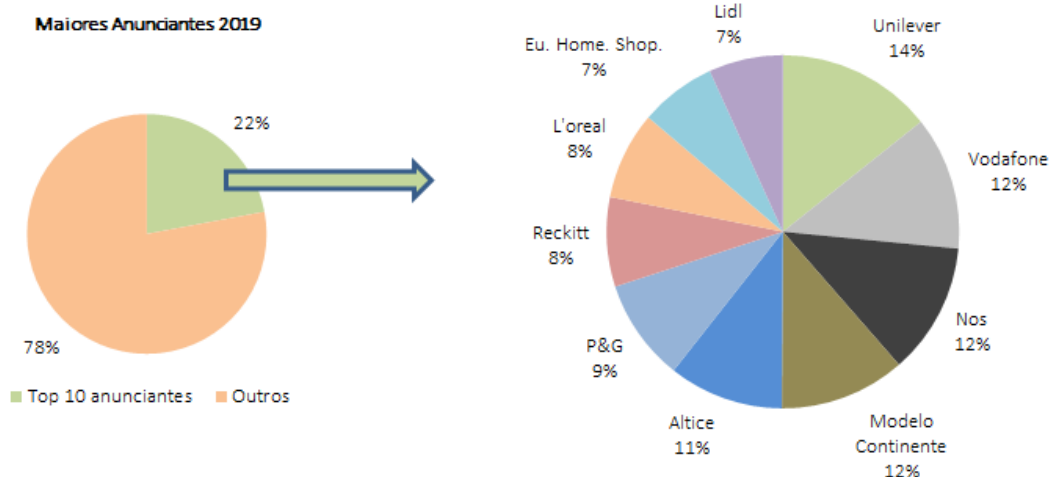
Fig. 2 - Mercado publicitário em crescimento
Evolução da Publicidade a Preços de Tabela



Fonte: Markttest, “Anuário Meios e Publicidade 2019”. Elaboração ERC.

A Unilever assumiu-se como o maior anunciante do mercado português, movimentando um investimento publicitário na ordem dos 372 milhões de euros (valor a preços de tabela). Duas marcas de telecomunicações ocuparam os restantes lugares do pódio, com a Vodafone a totalizar um investimento a rondar os 318 milhões de euros, seguida pela NOS, que ocupou a terceira posição ao investir cerca de 313 milhões de euros. Continente (300 milhões) e Altice (274 milhões) encerraram o *top* cinco no *ranking* dos anunciantes (Figura 3).

Fig. 3 - Alguma concentração de anunciantes



Fonte: Marktest, “Anuário Meios e Publicidade 2019”. Elaboração ERC. Preços de tabela.

Entre as agências de meios, a agência do Omnicom Media Group (OMD) foi aquela que movimentou maior volume de investimento publicitário no acumulado de janeiro a dezembro de 2019. A OMD foi responsável por um investimento de 1,26 mil milhões de euros. A segunda posição ficou nas mãos da Wavemaker, que totalizou um investimento a rondar os 1,22 mil milhões de euros, seguida pela Arena, que fechou o ano com 1,15 mil milhões de euros. O *top* cinco ficou completo com a Carat (1,11 mil milhões de euros) e a Initiative (mil milhões de euros).

A Havas Worldwide Lisboa liderou o *ranking* das agências criativas, com um investimento próximo dos 830 milhões de euros, a preços de tabela. Nos lugares seguintes surgiram a Fuel (686,7 milhões), a Wunderman Thompson (593,5 milhões), a BAR Ogilvy (443 milhões) e a Partners (436,5 milhões).

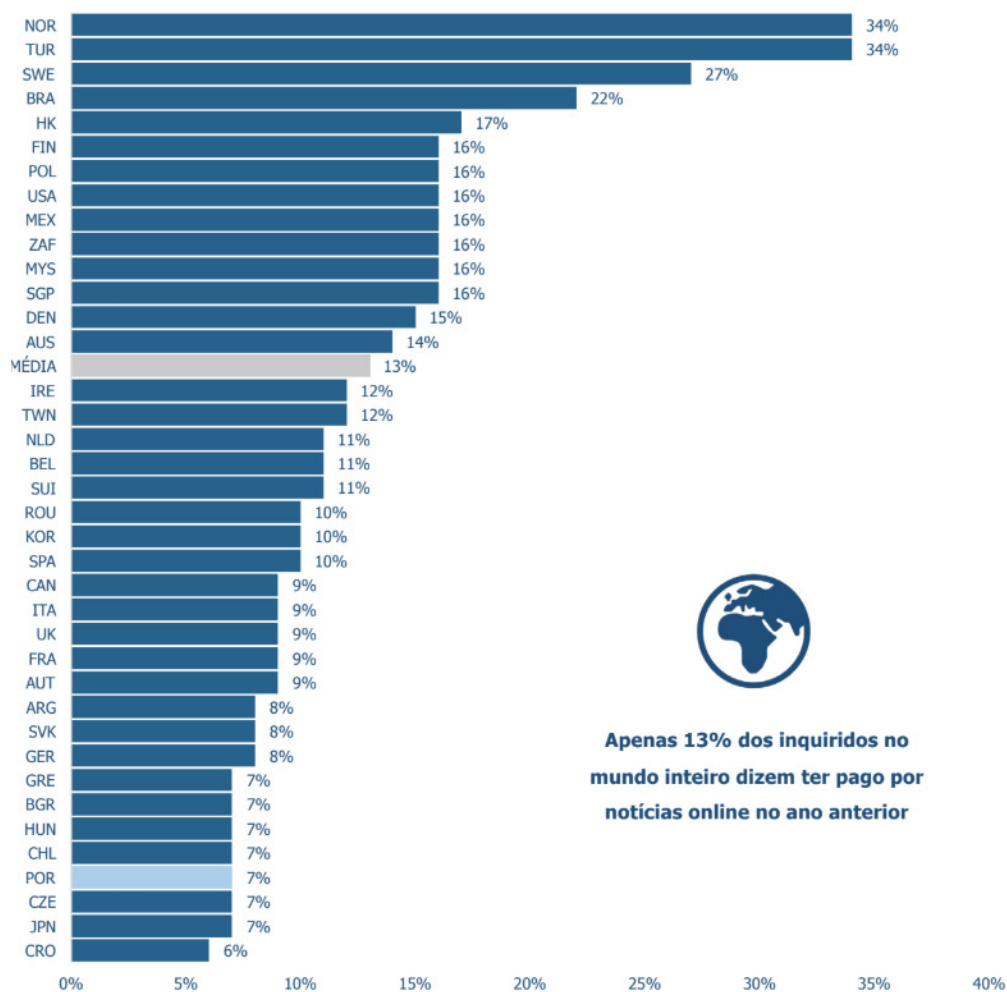
A publicidade continuou a ser a principal fonte de receitas das empresas de *media*, com um peso nas receitas totais nos grupos Impresa e Media Capital na área dos 65 %. O peso destas receitas foi menos significativo no Grupo Cofina (cerca de 30%) e na RTP (perto dos 10 %).

Outra origem de receitas relevante no setor é a circulação de publicações, revistas ou jornais.

Apesar da dificuldade em estimar as receitas agregadas, através da análise dos dados de tiragem e circulação disponibilizados pela APCT – Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação – constata-se que, durante 2019, a circulação paga voltou a contrair-se a taxas duplo dígito e continuou a ocorrer a extinção de várias publicações impressas. Em termos de circulação digital paga, os números de subscritores mantiveram-se bastante incipientes.

De acordo com o “Reuters Digital News Report 2019”, Portugal é dos países analisados que menos predisposição tem em pagar por notícias *online* (Figura 4).

Fig. 4 - Baixa predisposição para pagar notícias em Portugal

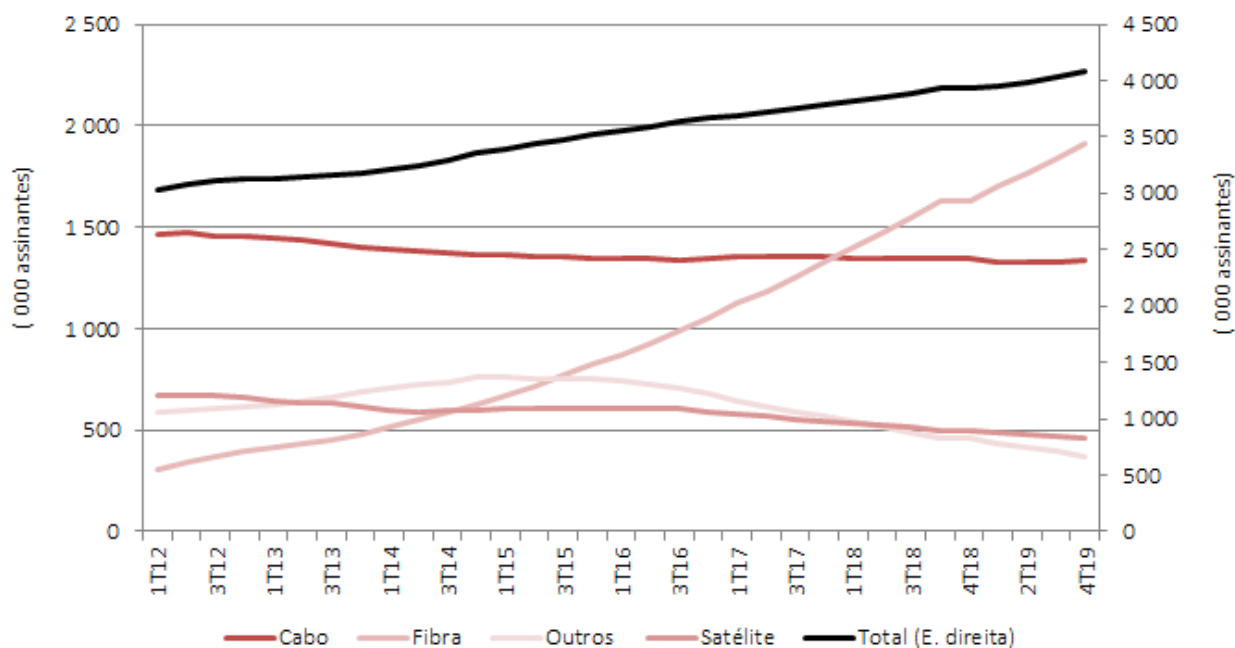


Fonte: Reuters Institute for the Study of Journalism, “Digital News Report 2019”.

Uma terceira fonte de receitas para as empresas de *media*, nomeadamente para os detentores de canais de televisão, são as receitas de subscrição de canais transmitidos por várias plataformas como, por exemplo, a fibra, o cabo, o satélite, entre outros. Na verdade, estas receitas de empresas de *media* detentoras de canais representam um custo para um outro segmento de regulados da ERC – os operadores de distribuição de televisão por subscrição (STVS).

Um estudo realizado pela Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom) mostra que, no final de 2019, cerca de 88 % das famílias dispunham de STVS, mais 2,7 % do que no ano anterior. O número de assinantes do STVS atingiu os 4,1 milhões, mais 147 mil (+3,7 %) do que no ano anterior, mantendo-se a tendência de crescimento iniciada em 2014. O crescimento do serviço deveu-se exclusivamente às ofertas suportadas em fibra ótica (FTTH), que registaram mais 285 mil assinantes em relação ao ano anterior (+17,5 %) (Figura 5). A grande maioria dos assinantes dispunha do serviço integrado em pacotes de telecomunicações.

Fig. 5 - Crescimento consistente do número de assinantes de STVS



Fonte: Anacom. Elaboração ERC.

O grupo NOS continuou a ser o principal operador de STVS, com uma quota de assinantes de cerca de 40,1 %, seguindo-se a MEO, com 39,6 %, a Vodafone, com 16,3 %, e a NOWO, com 3,9 %. A Vodafone e a MEO foram os prestadores que, em termos líquidos, mais assinantes captaram face ao ano anterior, tendo as suas quotas aumentado 1,1 % e 0,4 %, respetivamente. Por outro lado, diminuíram as quotas do Grupo NOS, em 1,1 %, e da NOWO, em 0,4 %.

O nível de concentração, medido pelo índice Herfindahl-Hirschman¹, apesar de elevado, diminuiu ligeiramente face ao ano anterior. A atual tendência de diminuição da concentração iniciou-se em 2013, com o lançamento da oferta *triple play* da Vodafone suportada em FTTH.

De acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Markttest, mais de dois milhões de indivíduos tinha subscrito serviços de vídeo *streaming-on-demand* em março de 2020.

Embora tecnologicamente cada vez mais apreciados, os serviços alternativos fornecidos pelos operadores de STVS, como o *video-on-demand*, a gravação de programas, a pesquisa discricionária, o *over-the-top*, entre outros, diminuem o alcance e a efetividade da publicidade transmitida pelos diversos canais de televisão, o que afeta negativamente a evolução das receitas das entidades que mais dependem desta fonte de proveitos.

Existem outras linhas geradoras de receitas nas empresas de *media*, para além das supramencionadas, como a venda de conteúdos, serviços multimédia, eventos e

¹ O índice Herfindahl-Hirschman é frequentemente utilizado pela Comissão Europeia para avaliar os níveis de concentração de mercado. Este índice é calculado adicionando o quadrado das quotas de mercado individuais de todos os participantes no mercado. Os seus valores teóricos variam entre aprox. zero (num mercado atomizado) e 10 000 (num monopólio natural). Quando o índice é superior a 1800 considera-se que o mercado é muito concentrado. Entre 1000 e 1800 considera-se que o mercado é moderadamente concentrado.

marketing, entre outras prestações de serviços. No caso dos grandes grupos económicos, *i.e.*, os conglomerados *media*, aquelas continuaram a ter um contributo marginal para as receitas de exploração, mas em empresas de menor dimensão podem representar importantes alternativas à publicidade. Os dados constantes no Portal da Transparência da ERC sugerem que muitos órgãos de comunicação social regulados (cerca de 37 % em 2018) não têm como atividade principal a comunicação social, mas sim outra.

Especificamente em relação à venda de conteúdos, seja sob a forma de comissões de subscrição de canais, de direitos de transmissão ou de venda de produções, identificáveis nas demonstrações financeiras de algumas empresas de forma autónoma, 2019 foi um ano de contração na Impresa, Media Capital e RTP e de expansão na Cofina. O seu peso continuou relativamente modesto na estrutura de receitas daquelas empresas, variando entre os 6 %, no caso da RTP, e cerca de 19 %, no caso da Impresa.

No que se refere ao setor público de *media*, em 2018 o Estado alocou à Agência Lusa cerca de 16 milhões de euros em indemnizações compensatórias², no quadro do contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre as duas partes³. No mesmo ano, a RTP recebeu em fundos públicos (contribuição para o audiovisual) 179,2 milhões de euros⁴.

Resta ainda salientar que, em 2019, a comunicação social recebeu subsídios públicos à atividade, à semelhança do que aconteceu em anos anteriores, de 4 milhões de euros destinados a meios de comunicação social regionais e locais, repartidos entre incentivos à leitura (2,9 milhões de euros) e incentivos ao desenvolvimento digital, modernização tecnológica, acessibilidade à comunicação social, literacia e educação para os *media* e desenvolvimento de parcerias estratégicas (1,1 milhões)⁵. No mesmo ano, a publicidade institucional do Estado, que está incluída nas receitas de publicidade das empresas, totalizou 3 364 325,43 euros, dos quais 744 341,47 euros foram destinados aos *media* regionais e locais.

Neste enquadramento, as empresas de *media* continuam, e cada vez mais, a debater-se com uma alteração de paradigma ao nível da distribuição e consumo de conteúdos, nomeadamente face ao aumento da importância da STVS e do *streaming*, e do aumento da capacidade da internet fixa e móvel, com efeitos diretos na evolução das fontes de receita de cada segmento de negócio.

Neste ano não foi clara uma melhoria do contexto setorial dos meios de comunicação social tradicionais. Apesar de uma conjuntura económica benigna e do aumento das receitas publicitárias, as receitas de vendas de conteúdos, direitos de transmissão e circulação paga em papel e digital descenderam. A literacia mediática dos públicos, em face da rápida disseminação de notícias falsas e inerente perigo de populismo, é um assunto cada vez mais na agenda, mas os dados de consumo de *media* mostram que em Portugal a relutância para remunerar conteúdos *online* é das mais elevadas da Europa.

Existem bastantes desafios, mesmo ao nível das novas formas de consumo de conteúdos. A fraude de conteúdos televisivos como a partilha *peer-to-peer*, a comercialização e o

² Cf. Resolução do Conselho de Ministros n.º 150/2018, de 19 de novembro.

³ O valor da indemnização compensatória é estabelecido por contrato de prestação de serviço noticioso e informativo de interesse público celebrado entre o Estado e a Lusa – Agência de Notícias de Portugal, S.A., podendo registar atualizações anuais.

⁴ Os fundos públicos transferidos para a RTP concentram-se na Contribuição para o Audiovisual (CAV), paga pelos cidadãos através da fatura de eletricidade. A CAV foi fixada, em 2016, em 2,85 euros (acresce IVA a 6%).

⁵ Montantes apurados pela ERC a partir de dados do Gabinete de Meios para a Comunicação Social, Orçamentos do Estado e despachos ministeriais.

acesso ilegítimo a conteúdos lineares e não lineares e a eventos em tempo real, nomeadamente desporto, são desafios para os operadores de *pay tv*, e de *streaming*.

3. PRINCIPAIS EVENTOS EM 2019

JANEIRO

- Agência Lusa lança *site* de acompanhamento de notícias falsas, onde publica todas as notícias elaboradas sobre o tema.

FEVEREIRO

- *Streaming* da HBO inicia-se em Portugal, com uma oferta de mais de 4500 conteúdos;
- Associação Portuguesa de Imprensa lança um concurso para combater desinformação com um projeto de literacia mediática em Portugal Continental e nas Regiões Autónomas;
- RTP concorre à aquisição de um pacote de direitos de transmissão de jogos da UEFA Euro 2020, mas foi a Sport TV que adquiriu a totalidade dos direitos, tanto em sinal aberto como em sinal fechado. Estes poderão ser alienados a outros operadores portugueses.

MARÇO

- Google atribui 546 mil euros a seis projetos de jornalismo digital em Portugal no âmbito da *Digital News Initiative - Google News*, que até à data já alocou ao país cerca de 7,7 milhões de euros. Região de Leiria, Público, Açormedia, Inês Bravo e INESC Tec foram os contemplados do ano de 2019.

MAIO

- Zap Viva, o canal televisivo da empresária angolana Isabel dos Santos, estreia em Portugal. Um exclusivo NOS;
- NOS lança canal de desporto exclusivo da plataforma, o NOS Sport;
- O fundo norte-americano KKR entra em negociações para vender parte do capital da Nowo e Oni (parte empresarial), ao Grupo MásMovil, o 4.º maior operador de telecomunicações em Espanha;
- Angelus TV encerra emissões por dificuldades financeiras.

JUNHO

- NOS lança canal exclusivo de filmes – NOS Studio – em parceria com a Dreamia, a *joint-venture* entre a NOS e a americana AMC;
- Jornal digital Observador lança rádio na Grande Lisboa e planeia o lançamento de uma no Porto.

JULHO

- A Madmen, editora da New in Town (NiT), passou a deter 25 % da CCM (Cruz Coelho Media), editora da Playboy Portugal.

AGOSTO

- Lançamento do Canal 11, da Federação Portuguesa de Futebol;
- Espanhóis da MasMóvil e o fundo Gaea concretizam a compra da Nowo e Oni.

SETEMBRO

- Tribunal da Propriedade Industrial dá razão à empresa Visapress no caso de distribuição de conteúdos noticiosos por empresas, como por exemplo *Clipping*, sem proceder ao pagamento da respetiva contrapartida monetária. A Visapress é uma cooperativa que defende os direitos de autor dos seus cooperadores mediante venda de licenças de utilização de conteúdos;
- Na sequência da celebração, no dia 20 de setembro de 2019, de um contrato de compra e venda de ações com a Prisa para a aquisição de ações representativas de 100 % do capital social da Vertix, titular de ações representativas de 94,69 % dos direitos de voto do Grupo Media Capital, a Cofina lança uma oferta pública geral e voluntária de aquisição da totalidade das ações representativas do capital social do Grupo Media Capital.

OUTUBRO

- BCP vende participação de 10,5 % na Global Media, deixando de deter qualquer percentagem da empresa.

NOVEMBRO

- Global Media Group inicia um processo de reestruturação;
- Estudo da McKinsey promovido conjuntamente pela Federação Portuguesa de Futebol e Liga Portugal conclui que Portugal tem os preços de transmissão mais caros de jogos, designadamente do campeonato nacional, onde o preço mensal é de 40 euros, igual ao da Alemanha e contra 10 euros na Itália. A consultora considera que esta situação é um estímulo à pirataria e coloca em risco o modelo atual de comercialização.

DEZEMBRO

- Eleven Sports introduz modalidade *pay-per-view* que possibilita o acesso a conteúdos específicos sem ser necessário pagar mensalmente uma prestação;
- Autoridade da Concorrência aprova a compra do Grupo Media Capital pela Cofina;
- Sony Pictures Television Network, proprietário dos canais AXN, abre um escritório em Lisboa. Os canais AXN não são regulados pela ERC;
- França multa Google por abuso de posição dominante na publicidade.

OFERTA PÚBLICA DE AQUISIÇÃO DA MEDIA CAPITAL S.G.P.S. S.A. PELA COFINA S.G.P.S. S.A.

Em 1 de outubro de 2019 e para os efeitos do disposto no artigo 44.º, n.º 1, do Regime Jurídico da Concorrência, foi apresentado na Autoridade da Concorrência (doravante, AdC) um formulário de notificação prévia de uma operação de concentração de

empresas, por via da qual a Cofina S.G.P.S., S.A., (Cofina) se propõe adquirir o controlo exclusivo do Grupo Media Capital, S.G.P.S., S.A. (Media Capital, Grupo Media Capital, Empresa Alvo ou Adquirida), por via da aquisição à Promotora de Informaciones, S.A. (Prisa, ou Alienante) da totalidade do capital social da Vertix, S.G.P.S., S.A. (Vertix), sociedade comercial que, por sua vez, é titular de ações representativas de 94,69 % do capital social e dos direitos de voto da Media Capital. Por via da referida operação, a Cofina passaria a deter controlo indireto sobre as sociedades subsidiárias da Media Capital.

Em 4 de outubro de 2019, a AdC solicitou à ERC a emissão de um parecer sobre o referido projeto de concentração, à luz do disposto no artigo 55.º, n.º 1, do Regime Jurídico da Concorrência, segundo o qual «sempre que uma concentração de empresas tenha incidência num mercado que seja objeto de regulação sectorial, a Autoridade da Concorrência, antes de tomar uma decisão que ponha fim ao procedimento, solicita que a respetiva autoridade reguladora emita parecer sobre a operação notificada, fixando um prazo razoável para esse efeito».

Após um aturado exame da documentação disponibilizada pela Cofina sobre a operação de concentração projetada e um levantamento tão exaustivo e detalhado quanto possível das questões e implicações por esta suscitadas, foram identificados os seguintes pontos:

- O risco de concentração da titularidade resultante da operação de concentração seria imaterial;
- Quanto à possibilidade de encerramento de operações imputável exclusivamente à transação em análise em segmentos onde só uma das empresas está presente, esta pareceu pouco provável, dada a inexistência de concorrência entre as empresas envolvidas. A ocorrerem encerramentos futuros, o mais provável seria que os mesmos decorressem de decisões estratégicas, como resultado da evolução do enquadramento do negócio e não da operação de concentração em si;
- Relativamente à possibilidade de exclusão de conteúdos por via do encerramento de órgãos de comunicação social, nos mercados em que existe sobreposição de operações - a televisão e o *online* - é relevante pensar que o seu impacto não seria material, uma vez que, no caso da televisão, a diferença de dimensão dos operadores em causa é grande, e, no caso do *online*, a dimensão de ambas as empresas é semelhante e com pouco significado face ao mercado;
- Um risco decorrente da operação de concentração respeitaria ao reforço da posição da Plural Entertainment na produção de conteúdos, passível de conduzir a uma limitação da capacidade de crescimento de produtoras concorrentes, nomeadamente as independentes, e, também, desincentivar a entrada de potenciais concorrentes neste domínio. Ora, o mercado de produções audiovisuais é acentuadamente pulverizado e competitivo, destacando-se nove produtores num universo de centenas de intervenientes, de acordo com dados do portal da televisão da ERC (*Ranking* de produção nacional independente – primeiras exibições (horas nos quatro canais generalistas). A afetação da produção de conteúdos audiovisuais de uma produtora, em regime de quase exclusividade, a um número reduzido de clientes, ou a um único cliente, assenta

numa estratégia empresarial que, no limite, poderia retirar um interveniente deste mercado bastante povoado;

- Também a tentativa de poupar custos na nova estrutura empresarial poderia colocar em causa a diversidade, através da replicação e consequente uniformização de conteúdos no espaço mediático português, a par da inibição ou desincentivo à apresentação de obras criativas originais. A possibilidade de essa ação poder desvalorizar os órgãos de comunicação social, nomeadamente através da redução de audiências e vendas e, conseqüentemente, de receitas de publicidade e de distribuição, foi considerada na análise. Contudo, trata-se de riscos que não derivariam propriamente da operação de concentração em exame, mas que são originários e inerentes à atividade empresarial, e sobre os quais os diversos reguladores, particularmente da concorrência e dos *media*, poderão e deverão atuar, em qualquer momento, atentos aos sinais de perturbação dos mercados. A diminuição de géneros programáticos nos serviços de programas televisivos generalistas já representa mais do que um risco, trata-se de uma realidade que tem vindo a ser alvo de diversos avisos por parte da ERC. Neste particular, não há que escamotear que se está perante um problema que não tem, no entanto, a sua génese nesta operação de concentração;
- O risco de lesão da independência dos jornalistas e da sua capacidade de trabalho decorrente de estratégias de otimização de recursos humanos e materiais, e bem assim, da autonomia editorial decorreria da existência de um incentivo natural para a empresa Cofina/Media Capital gerir a sua estratégia empresarial de conteúdos numa ótica de redução de custos, através de uniformização de conteúdos e desinvestimento na informação ao invés de privilegiar uma matriz editorial independente e isenta, que visasse o respeito e a promoção da liberdade de expressão, do pluralismo interno e externo, e a valorização sociocultural dos seus destinatários. Por outro lado, há também que considerar o reforço do papel da Cofina enquanto produtora de informação e sua respetiva influência na formação da opinião pública. A uniformização de conteúdos, na perspetiva do regulador dos *media*, é suscetível de causar a desvalorização dos órgãos de comunicação social com conseqüências a nível de captação de audiências e, conseqüentemente, de publicidade. A autonomia editorial e a independência dos jornalistas são pilares fundamentais para a diversidade de opiniões e para a liberdade de expressão, estando a ingerência por parte das entidades proprietárias de órgãos de comunicação social na linha editorial expressamente vedada em todas as leis setoriais;
- A questão relativa às condições laborais dos jornalistas que trabalham atualmente na Media Capital bem como na Cofina seria, em princípio, matéria da exclusiva ou predominante preocupação da Autoridade para as Condições do Trabalho (ACT). Contudo, a profissão jornalística tem uma dimensão de interesse público, de *watchdog*, ou seja, de escrutínio público das matérias relevantes para a comunidade e para a democracia, e que designadamente justifica uma preocupação especial com a precariedade das relações laborais e as eventuais pressões a que os jornalistas podem ser sujeitos. Também aqui nos deparamos com realidades já bem presentes no setor dos *media*, pelo que os riscos identificados têm vindo a ser objeto da atenção da ERC, agindo esta em estrita

conformidade com a lei e confrontando-se naturalmente com os direitos (e deveres) das empresas e com a liberdade das direções editoriais;

- Ponderaram-se os riscos de desinvestimento nos conteúdos do serviço de programas generalista TVI, concebendo a respetiva grelha em função da captação de audiências para a grelha do serviço de programas CMTV, sem prejuízo do respeito devido pelo cumprimento mínimo das obrigações. Enquanto operador presente na plataforma de Televisão Digital Terrestre (TDT), e considerando que, apesar da baixa penetração da TDT em Portugal, este é, entre nós, o meio de acesso universal a uma oferta minimamente qualificada de serviços televisivos, não se pode deixar de assinalar que a desvalorização de um serviço de programas com as características da TVI, líder de audiências nas várias plataformas, teria um impacto negativo no incentivo ao desenvolvimento da TDT e ao combate da infoexclusão de minorias. Importa salientar que a desvalorização dos conteúdos no serviço de programas generalista TVI, a ter lugar, comportaria riscos e consequências para o próprio proprietário do serviço de programas, atentas as obrigações de cumprimento do projeto aprovado a que está sujeito, enquanto titular da respetiva licença, nos termos do artigo 21.º da Lei da Televisão, designadamente. Faz parte das incumbências da ERC garantir que os serviços de programas desenvolvem os seus conteúdos e programação nos termos estabelecidos na(s) respetiva(s) habilitação(ões) e aplicar as devidas medidas sancionatórias, em caso de incumprimento;
- Quanto ao risco da redução do pluralismo e da diversidade dos conteúdos portugueses *online* através da consolidação dos portais/domínios da Media Capital e da Cofina, este refletir-se-ia no reforço da posição do novo grupo (Cofina/Media Capital) no mercado de publicidade *online*, na integração das equipas editoriais e de redação, contribuindo para uma maior uniformização do panorama editorial nacional e na concentração horizontal no setor da imprensa digital e da produção de *sites* para Internet (portal IOL e portal Cofina: p. ex., Mais Futebol e Record, site TVI com notícias de jornais *online*, alojamento de blogues, e vídeos, produção de conteúdos informativos). De acordo com os *rankings* dos 50 portais de internet mais consultados em Portugal da SimilarWeb, a 1 de setembro de 2019, os três primeiros lugares eram ocupados pelo Google (".com"), o Facebook e o Youtube. O primeiro portal genuinamente português era o Sapo.pt, que aparecia em 5.º lugar. Os portais da Cofina mais visitados eram Record.pt (15.º), cmjornal.pt (20.º) e flash.pt (24.º) e da Media Capital figurava o IOL (16.º). Também a nível de conteúdos *online*, tanto a Cofina como a Media Capital ocuparam posições de topo no enquadramento dos *sites* portugueses, em termos de *reach* multiplataforma, segundo a medição auditada pela Marktest (Net Audience) em agosto de 2019. No entanto, este *ranking* exclui entidades não auditadas pela empresa, muito provavelmente as empresas estrangeiras como Google e Facebook, os *sites* mais consultados em Portugal. Neste enquadramento, apesar de no mercado geográfico português os portais de ambas as empresas terem posições semelhantes, em termos de visitas estão bastante aquém do Facebook e da Google, uma vez que as suas funcionalidades e público-alvo são diferentes. A junção destes portais, apesar de diminuir o pluralismo da informação em Portugal, fá-lo-ia numa pequena dimensão.

Assim, pode dizer-se que, na operação em causa, se verificou existirem componentes passíveis de, de algum modo, contenderem com os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, cuja tutela cabe à ERC, em particular, acautelar.

Em matéria de atividade de televisão, os serviços de programas televisivos generalistas, sobretudo os detidos pelos operadores privados, já revelavam lacunas em matéria de diversidade, cumprindo apenas parcialmente os compromissos a que, a vários títulos, estão obrigados.

Considerou-se também que, independentemente da matéria sobre em que concreto ver-se, qualquer operação de concentração compreende, por definição e por objetivo, a introdução de alterações de maior ou menor relevo a um dado setor do mercado. A apreciação e valoração levada a cabo não deixou igualmente de ter presentes as obrigações e condições que já à data impendiam sobre os intervenientes na operação de concentração, à luz da legislação aplicável, do conteúdo das habilitações pelos mesmos detidas, dos compromissos por estes voluntariamente assumidos, designadamente em iniciativas de auto e de corregulação e, bem ainda, em resultado de determinações e orientações do regulador. Os compromissos assumidos pela Cofina neste âmbito, em termos de preservação da autonomia e identidade editorial dos diversos órgãos de comunicação social que passariam a integrar o universo do grupo, teriam de ser escrupulosamente mantidas no âmbito das respetivas atividades.

Considerando ainda que as sinergias que a Cofina «procura obter com a perspetivada transação encontram-se, essencialmente ao nível das atividades acessórias ou de apoio às atividades de comunicação social», o que «implicará, também, a reversão da tendência de desinvestimento dos ativos na esfera» da Media Capital, permitindo criar a expectativa de não degradação dos níveis de pluralismo e de diversidade e atendendo a que, em matéria de pluralismo e diversidade, a ERC tem por função exercer um escrutínio permanente sobre a atividade dos órgãos de comunicação social e empresas do setor, culminando, nas atividades de radiodifusão sonora e televisiva, com a realização periódica de avaliações intercalares que influenciam a renovação das respetivas licenças e autorizações, a maioria dos membros do Conselho Regulador da ERC não se opôs à operação de concentração, por não concluir que tal colocaria em causa os valores do pluralismo e da diversidade de opiniões, cuja tutela incumbe à ERC acautelar. O Vice-presidente do Conselho Regulador votou contra esta deliberação, com declaração de voto⁶.

⁶ Deliberação ERC/2019/295 (CC).

<http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM5OjR5S9kZWNPc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvNzcvMy5wZGY03M6NjoidGl0dWxvltzOjI1OjkZWxpYmVYWNhby1lcmMyMDE5Mjk1LWNjlt9/deliberacao-erc2019295-cc>

5. ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR

A 31 de dezembro de 2019 existiam ativas no setor 1725 publicações periódicas, 309 empresas jornalísticas, 286 operadores de radiodifusão, 109 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, dez operadores de distribuição de televisão (STVS) e duas empresas noticiosas registadas na ERC (Figura 6).

Fig. 6 - Setor estável em termos de número de intervenientes, com exceção da internet

	2018	2019	Var %
Publicações Periódicas	1770	1725	-2,5%
Empresas Noticiosas	1	2	100,0%
Operadores de Distribuição	9	10	11,1%
Operadores de Rádio	293	286	-2,4%
Operadores de Televisão	25	25	0,0%
Serviços de Programas Distribuídos Exclusivamente pela Internet	87	109	25,3%

Fonte: ERC - Base de Dados de Registos.

No setor de *media* existem vários segmentos de regulados, com características díspares em termos de número e de dimensão, que importa analisar no âmbito da atividade de regulação. É particularmente relevante estudar o perfil financeiro dos diversos segmentos, os motores do negócio e as formas de financiamento, para conhecer o universo regulado de forma individual e chegar a um melhor conhecimento do setor como um todo.

METODOLOGIA

Este estudo pretende mostrar uma fotografia representativa do setor em 2019. Para isso, foi necessário recolher informação em detalhe, mas também disponibilizá-la em tempo útil.

Assim, a análise setorial segue duas abordagens: (i) uma análise da informação reportada à ERC, pelos regulados, no âmbito da Lei nº 78/2015, de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social (Portal da Transparência), e (ii) uma análise baseada em informação financeira detalhada recolhida junto de um universo representativo das empresas reguladas.

Nesta segunda abordagem, o estudo setorial inclui a análise de informação financeira reportada pelas principais empresas ou grupos económicos conglomerados líderes em um ou vários segmentos de *media* regulados pela ERC, alternativa ou cumulativamente, designadamente na rádio, na televisão e na imprensa. Inclui também publicações com circulação superior à mediana na sua categoria e sem carácter promocional, os quatro maiores operadores de distribuição de televisão por subscrição e *sites* de notícias na

internet (20 maiores publicações na internet em termos de *reach* multiplataforma de acordo com os *rankings* apurados pela SimilarWeb). Inclui, por fim, as empresas de comunicação social com ativos superiores a um milhão de euros.

Por forma a concretizar quais as empresas selecionadas para integrar o grupo referido, parte-se do segmento deste mercado que tem menos intervenientes, para o que tem mais intervenientes, e identifica-se individualmente quais os *players* relevantes e que grupo integram.

Contrariamente a anos anteriores, em 2019, a par da Agência Lusa, registou-se na ERC uma segunda agência noticiosa, a Madremedia, Lda. Como referido, a Lusa é financiada pelo Estado português e, aparentemente, a Madremedia é uma empresa privada, parceira da Sapo, e que se descreve como sendo uma empresa de inovação em *media*, focada na criação de conteúdo para plataformas digitais e no desenvolvimento de soluções tecnológicas que melhor sirvam esse conteúdo⁷⁷.

Seguem-se os operadores de distribuição de televisão que, apesar de totalizarem dez em número, em termos de quotas de mercado é clara a dominância de dois deles – MEO e NOS – bem como a posição de crescente relevância da Vodafone, o interveniente mais novo do segmento, seguido pela Nowo.

Apesar dos elevados níveis de concentração referidos no capítulo anterior (índice Herfindahl-Hirschman), que aliás diminuíram em 2019, não se pretende com isto dizer que o grau concorrencial seja pequeno, uma vez que os maiores intervenientes apresentam quotas de mercado semelhantes (Figura 7). No entanto, as posições dominantes são visíveis e o facto é que os preços dos serviços de telecomunicações, que em Portugal são oferecidos em sistema de *bundling* e incluem o segmento regulado pela ERC de STVS, são elevados face aos praticados na Europa, de acordo com várias declarações da ANACOM.

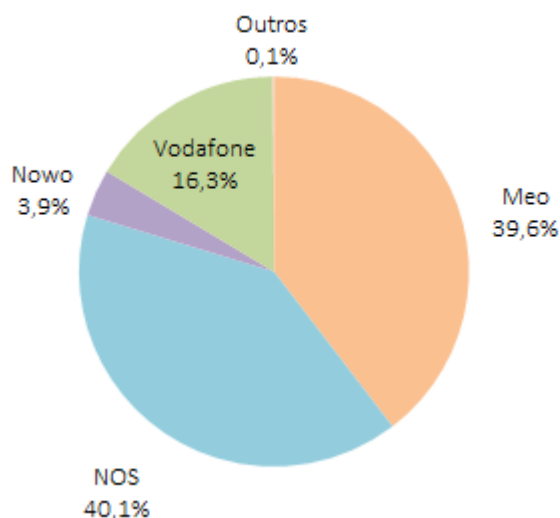
Tal como referido no Relatório de Regulação de 2018, numa entrevista ao jornal Expresso, em março de 2019, o presidente da ANACOM referiu, acerca deste tema, que o facto de existirem três operadores dominantes não se tem traduzido numa concorrência de preços, o que depende das estratégias comerciais seguidas, em que pode haver alinhamento das suas ofertas. Em vários países tem-se procurado romper com esta situação – que se aproxima de uma situação de cartelização, em que as empresas entre si têm o mercado dividido – recorrendo a um quarto operador.

Acrescentou que Portugal tem tido uma trajetória díspar de outros países europeus, ao nível dos preços das telecomunicações. Entre dezembro de 2009 e dezembro de 2018, os preços cresceram 12,5 % em Portugal, enquanto na média europeia descenderam 2,9 %. Nos pacotes *triple play* (TV, fixo e net), os preços são superiores à média da União Europeia, função dos intervalos de velocidade, entre 19 % e 38 %.

Mais recentemente, um estudo da ANACOM sobre os preços das telecomunicações em Portugal – *Frequently Asked Questions* – 2.ª edição (03.06.2020) – em resposta à pergunta «Os preços das telecomunicações em Portugal são mais caros do que na EU?» afirma-se que «em geral, os preços dos serviços móveis, dos serviços individualizados de internet e de pacotes de serviços encontram-se acima da média».

⁷⁷ <https://24.sapo.pt/parceiro/madremedia>

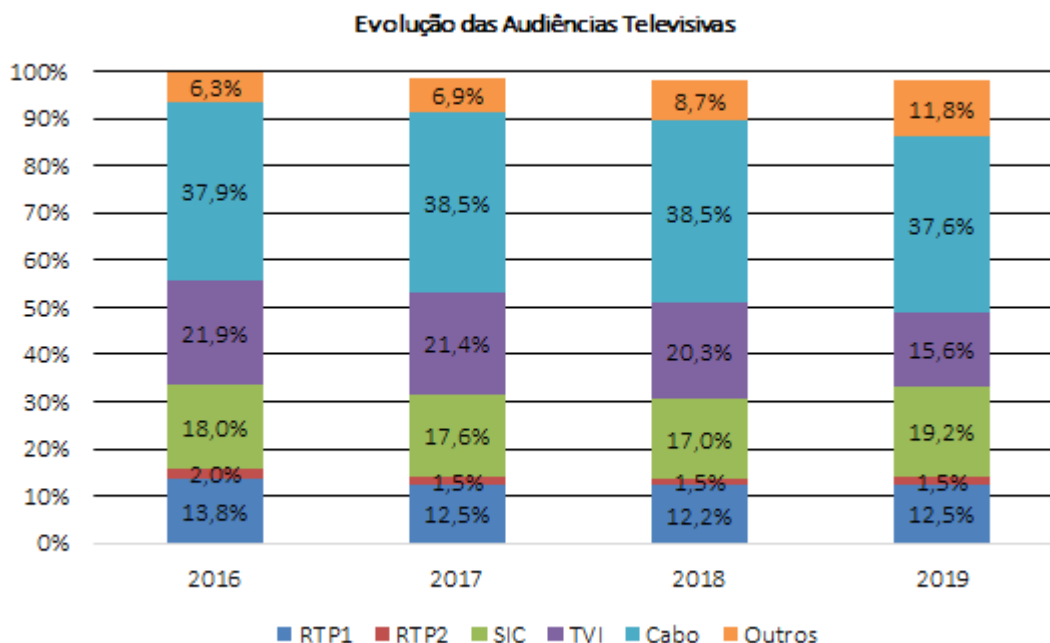
Fig. 7 - Mercado pouco fragmentado, mas (talvez) algo competitivo
Quotas de Mercado STVS 2019 - nº Assinantes



Fonte: Anacom – “Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão por Subscrição 2019”. Elaboração ERC.

À medida que a escala e a intensidade capitalística dos negócios diminuem, o número de intervenientes nos segmentos do setor da comunicação social começa a aumentar (com exceção das agências noticiosas). Assim, em termos de operadores de televisão, o número de intervenientes manteve-se estável face a 2018, tanto em termos de número de operadores registados na ERC, como das principais empresas no segmento, mas foi superior ao registado na distribuição (Figura 8).

Fig. 8 - Presença crescente de meios alternativos face ao STVS a sugerir concorrência acrescida



Fonte: GFK/CAEM/Zapping TV (site). *A partir de 1/1/2017, a rubrica RTP2 passou a incluir RTP2 + RTP3 TDT + RTP Memória TDT. Live e VOSDAL. Markttest, “Anuário de Media e Publicidade 2019”. Elaboração ERC.

No segmento da rádio, apesar do elevado número de intervenientes, também existe concentração nos principais grupos económicos, embora, e de forma semelhante ao que acontece no segmento dos operadores de distribuição, os dois maiores tenham quotas de mercado semelhantes entre si (Figura 9). Em termos de comparações temporais constata-se que, face a 2018, tanto a audiência acumulada de véspera como o *reach* aumentaram, mas o número de operadores de rádio registados na ERC diminuiu.

Fig. 9 - Mercado dominado por grupos económicos conglomerados, apesar da granularidade de intervenientes

Audiências e *shares* Rádio dezembro 2019

Grupo/Estação (Dez. 2019)	Reach semanal (%)	Audiência acumulada de véspera (%)	Share de audiência (%)
Total Rádio	84,2%	60,2%	100,0%
Grupo Renascença			
Multimédia	51,9%	26,6%	34,7%
RFM	37,2%	17,8%	24,4%
Renascença	15,3%	6,0%	6,6%
Mega Hits	8,4%	3,3%	2,5%
R. Sim	1,6%	0,8%	1,3%
Grupo Media Capital Rádios	51,4%	27,9%	37,8%
R Comercial	37,5%	18,5%	23,9%
M80	17,6%	7,3%	9,6%
Cidade FM	10,6%	4,0%	2,8%
Smoth FM	3,2%	1,4%	1,1%
Vodafone FM	1,2%	0,5%	0,4%
Grupo RTP	15,1%	7,0%	8,7%
Antena 1	10,1%	4,6%	5,5%
Antena 3	5,7%	2,1%	2,5%
Antena 2	1,4%	0,4%	0,6%
TSF (Global Media Group)	8,8%	3,5%	3,5%
Outras estações	25,4%	10,3%	12,9%
Não sabe estação	5,0%	2,1%	2,3%
Universo	8,563,501	8,563,501	8,563,501

Fonte: Markttest

O segmento de publicações periódicas, o mais granular de todos e também aquele que há mais tempo está exposto à concorrência do digital, foi o que apresentou um decréscimo do número de intervenientes, a par dos operadores de rádio.

As quotas de mercado nos segmentos relevantes mantiveram-se próximas, mas, em regra, tem permanecido ao longo dos anos uma publicação dominante, como por exemplo o Correio da Manhã, em jornais diários, com uma quota da circulação média anual de 37 %, seguido pelo Jornal de Notícias com 20 %, ou, nos semanais, o Expresso, com uma quota da circulação média anual de 65 %⁸.

Neste enquadramento, as empresas às quais se solicitou informações financeiras individualizadas são as seguintes:

Agências noticiosas:

- Lusa - Agência de Notícias de Portugal, S.A.

Conglomerados media:

- Cofina SGPS
- Global Notícias-Media Group, S.A.
- Impresa SGPS
- Media Capital SGPS
- Rádio e Televisão de Portugal, S.A.

Operadores radiofónicos:

- Rádio Nova Era, Sociedade de Comunicação, S.A.
- Rede A - Emissora Regional do Sul, Lda.
- Rádio Renascença, Lda.
- Sociedade Franco Portuguesa de Comunicação, S.A.

Operadores de serviço de distribuição de televisão por subscrição (STVS)

- MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.
- NOS SGPS, S.A.
- NOWO Communications, S.A.
- Vodafone Portugal - Comunicações Pessoais, S.A.

Operadores de televisão

- Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.
- Benfica TV, S.A.
- Dreamia - Serviço de Televisão, S.A.
- Filmes Hotgold - Cinema, Vídeo, Distribuição, S.A.
- Fuel TV EMEA, S.A.
- MTV Networks Unipessoal, Lda.
- Sport TV Portugal, S.A.
- Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

Empresas de publicações periódicas / jornalísticas

- Arcada Nova - Comunicação Marketing e Publicidade, S.A.
- Baleskpress Publicações e Marketing Unipessoal
- Deco Proteste Editores, Lda.
- Diário de Coimbra, Lda.

⁸ Cálculos ERC, com base nos dados APCT 2019.

- Editorial Grupo V - Portugal, Lda.
- Editorial Jornal da Bairrada, Lda.
- Empresa Diário de Notícias, Lda.
- Empresa do Diário do Minho, Lda.
- Empresa Jornalística da Madeira, Unipessoal, Lda.
- Global Family Editions, S.A.
- Gráfica Açoreana, Lda.
- Impala Capital SGPS, Lda.
- Impala.com, S.A.
- Worldimpala.net
- Impalagest SGPS, S.A.
- Editora Sol
- Jornal do Fundão Editora, Lda.
- Light House Editora, Lda.
- Masemba, Lda.
- Megafin - Sociedade Editora, S.A.
- Multipublicações, Lda.
- Mundo Português - Sociedade Jornalística, Unipessoal, Lda.
- Nugon, Publicações e Representações Publicitárias, Lda.
- O Informador Fiscal (OIF) - Edições Técnicas, Lda.
- Observador Ontime, S.A.
- Piçarra Distribuição Jornais, Lda.
- Plot Content Agency, S.A.
- Popquestion, Unipessoal, Lda.
- Presspeople, Edição de Publicações, Lda.
- Público-Comunicação Social, S.A.
- RBA Revistas Portugal, Unipessoal, Lda.
- Sociedade Vicra Desportiva, S.A.
- Sojormédia Beiras, S.A.
- Tempo Novo Edição e Venda de Publicações, Lda.
- Time Out Portugal Unipessoal, Lda.
- Treze7, Lda.
- Trust in News, Unipessoal, Lda.
- Viprensa, Sociedade Editora do Algarve, Lda.
- New Adventures, Lda.

Resultado da situação de pandemia vivida em 2020, à data de fecho deste estudo, 5 de junho de 2020, a informação colecionada foi muito reduzida, pelo que a análise setorial e de perspetivas futuras que habitualmente se realiza apenas irá ser apresentada em setembro de 2020, aquando da atualização e publicação autónoma da presente análise.

Esta limitação aplica-se ao grupo de empresas às quais foi solicitada informação financeira individualizada (*i.e.* Relatório e Contas) e também à informação disponível na Plataforma da Transparência, onde, à data de fecho da presente análise, o universo de entidades que haviam reportado dados era imaterial face ao universo. Salienta-se que,

devido à declaração do estado de emergência, o prazo para inserção da caracterização financeira de 2019 na referida Plataforma foi alargado até 31 de julho de 2020.

Neste enquadramento irá ser apresentada apenas a informação individualizada por empresa, das doze empresas acerca das quais foi possível obter dados.

Neste grupo, seis apresentaram crescimento de receitas e seis crescimento dos Resultados Antes de Custos Financeiros, Impostos, Depreciações e Amortizações (EBITDA), não existindo necessariamente coincidência entre crescimento de receitas e de EBITDA.

As empresas em observação foram rentáveis em 2019: dez das doze apresentaram EBITDA positivo e resultados líquidos positivos. As duas empresas que reportaram EBITDA negativo foram as mesmas que apresentaram resultados líquidos negativos.

Em termos de margem, a tendência não é definida. Cinco apresentaram melhoria da margem EBITDA e cinco da margem líquida, as mesmas cinco. A rentabilidade dos capitais próprios melhorou em quatro das doze empresas.

Relativamente a endividamento, em termos líquidos absolutos, sete das empresas apresentaram uma diminuição nos níveis de dívida líquida e apenas uma, aumento do rácio dívida líquida/EBITDA. A cobertura do ativo por capitais próprios melhorou em quatro das doze empresas, o que demonstra que a alavancagem deste grupo de empresas não se reduziu em 2019.

6. ANÁLISE ECONÓMICO-FINANCEIRA DO SETOR: PERFIL INDIVIDUAL DOS PRINCIPAIS INTERVENIENTES DO SETOR

A seleção dos principais intervenientes do setor, integrados na presente análise, seguiu a lógica descrita no capítulo de análise económico-financeira. É relevante uma análise breve, mas individualizada, de cada entidade, seguidamente apresentada por ordem alfabética, de forma a ilustrar a diversidade existente em Portugal.

COFINA SGPS, S.A.

A Cofina SGPS, S.A. (grupo Cofina, Cofina ou empresa), alberga toda a atividade do grupo económico que consolida na área de *media*, líder na imprensa. Possui cinco jornais, três revistas e um canal de televisão por cabo, onde se incluem os títulos Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios, Mundo Universitário e Destak, bem como as revistas Sábado, TV Guia e Máxima. Desde o exercício de 2013, o grupo Cofina passou a incorporar no seu portefólio o canal televisivo Correio da Manhã TV (CMTV) (Figura 10).

Fundada em 1990, tem expandido a atividade quer por via de crescimento orgânico, quer através de aquisições, com o objetivo de marcar presença em todos os segmentos de *media* em Portugal e em mercados naturais onde possa aprofundar sinergias com operações existentes.

É também detentora de uma participação na distribuidora VASP e de 100 % da empresa de impressão de jornais Grafdisport.

A Cofina pretende continuar a aprofundar e a dinamizar o investimento em áreas de crescimento, com potenciais sinergias com os negócios existentes. Em setembro de 2017 apoiou o lançamento de um *site* de apostas *online*, denominado Nossa Aposta

(www.nossaaposta.pt), onde entrou com uma participação de 40 %. Em março do ano seguinte, esta plataforma obteve a licença para a exploração de apostas desportivas à cota, em que o jogador joga contra a entidade exploradora. Em fevereiro de 2019, o jogo de fortuna ou azar Blackjack passou a integrar a oferta do *site*.

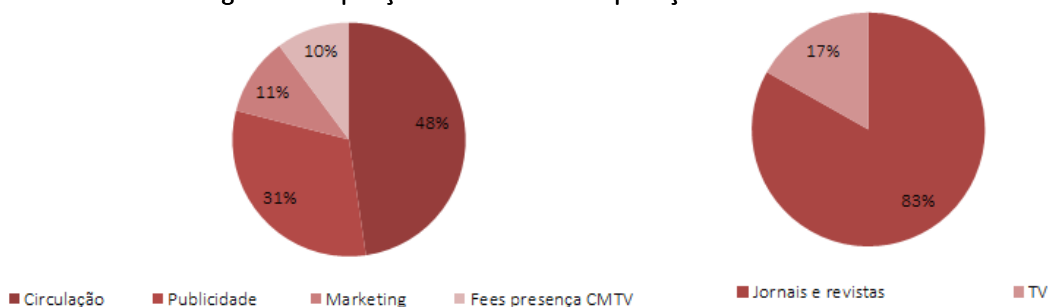
No final de 2018, a Cofina alienou a operação que detinha no Brasil através da subsidiária AdCommedia e da associada Destak Brasil, passando a operar apenas em Portugal.

Como detalhado anteriormente, em 2019, e na sequência da celebração de um contrato de compra e venda de ações com a Prisa, a Cofina lançou uma oferta pública geral e voluntária de aquisição da totalidade das ações representativas do capital social do Grupo Media Capital.

As ações da Cofina estão cotadas na Euronext Lisboa e são principais acionistas Ana Menéres de Mendonça, com 20 %, João Borges de Oliveira, com 15 %, Paulo dos Santos Fernandes, com 13,9 %, Domingos Vieira de Matos, com 12,1 %, Pedro Borges de Oliveira, com 10 %. As gestoras de ativos do Santander Portugal, GNB e Credit Suisse, detêm participações inferiores a 5 %, tal como Mário Santos Ferreira.

2019 foi mais um ano desafiador para a Cofina. As receitas de exploração apresentaram uma deterioração de cerca de 1,4 % face ao ano anterior, resultado de quebras de receitas de circulação e de publicidade em jornais e revistas, não totalmente compensadas pelo crescimento das receitas de publicidade e *fees* de presença na CMTV.

Fig. 10 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Apesar disso, o foco no controlo de custos e um movimento de reversão de provisões constituídas para indemnizações e processos judiciais explicaram o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) em 12,4 %, para os 16 milhões e 772 mil euros, e da margem respetiva para 19,1 %. A diminuição de perdas de resultados imputáveis a operações descontinuadas foi mais um fator que contribuiu para a melhoria dos resultados líquidos em cerca de 7,5 %, para 7 milhões e 149 mil euros (Figura 11).

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais foi inferior a 2018, dados os maiores montantes de impostos pagos e menores recebimentos de clientes. No entanto, o *cash flow* gerado pelas operações foi suficiente para cobrir maiores níveis de investimento em ativos fixos e intangíveis.

A Cofina apresentou um perfil financeiro estável face ao ano anterior. O rácio dívida líquida / EBITDA, um indicador de capacidade operacional para pagar a dívida, encerrou 2019 em 2,7x, o mesmo nível que em 2018. Os fluxos gerados pelas operações cobriram cerca de 20,5 % da dívida total.

Tanto o fluxo de caixa operacional quanto o EBITDA de 2019 não foram suficientes para cobrir a dívida que se vence em 2020, embora a Cofina dispusesse de linhas de financiamento, não utilizadas, de cerca de 25 milhões de euros, valor que compara com os 52 milhões de euros de dívida a vencer em 2020. A transação prospetivada de aquisição da Media Capital teve um impacto relevante na liquidez da empresa.

É de destacar a elevada proporção de endividamento, contraída através de instrumentos de mercado, como as obrigações e o papel comercial, e uma menor dependência do setor bancário, diretamente. A proporção de capitais próprios para o ativo manteve-se estável face a 2018, mas ainda assim em valores baixos – 33 %.

Neste enquadramento, e tal como em anos anteriores, a Cofina não planeia distribuir dividendos relativos a 2019.

Fig. 11 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	88 024	89 293	91 058	99 926	100 676	106 077
EBITDA	16 772	14 927	13 621	13 512	15 040	16 243
Resultado líquido	7 149	6 653	5 067	4 333	5 061	6 248
Ativo	133 038	112 388	113 389	121 709	129 247	134 506
Passivo	89 232	74 386	82 484	95 708	106 681	114 230
Capital próprio	43 806	38 002	30 905	26 000	22 566	20 277

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

GLOBAL FAMILY EDITIONS S.A.

A Global Family Editions S.A. (Global Family Editions, ou empresa), anteriormente designada por Selecções do Reader's Digest (Portugal) S.A. (Selecções), tem como atividade principal a edição, confeção, publicação, distribuição e venda de revistas, periódicos, publicações e livros, aparelhos eletrodomésticos e discos e o exercício de atividades acessórias ou complementares.

Apesar de algum grau de diversificação nos produtos comercializados, o *core business* da Global Family Editions é o editorial (Figura 12).

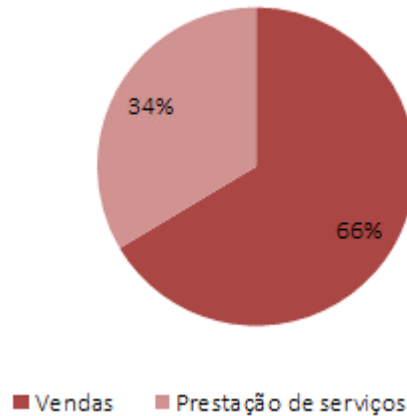
Em 31 de julho de 2012, a empresa Reader's Digest Association Inc alienou a sua participação de 100 % na Global Family Editions à empresa Ediclube – Edição e Promoção do Livro, S.A. (Ediclube), efetuando, ao mesmo tempo, um contrato de licenciamento da marca Reader's Digest e comercialização de produtos associados, nomeadamente a revista Selecções do Reader's Digest.

Atualmente, a Global Family Editions inclui-se no grupo espanhol Gratisfilm, tendo a Ediclube 85,8 % de participação na sociedade e a CIL Marketing Direto 14,2 % (*Club Internacional del Libro*), ambas com vários acionistas e associados diversificados.

O ano de 2019 continuou desafiador para a Global Family Editions. As receitas de exploração deterioraram-se cerca de 15 %, resultado de menores vendas de produtos (circulação), que não foram compensadas pelo aumento das receitas com prestação de serviços.

Os custos operacionais, à semelhança de 2018, continuaram a diminuir, mas não o suficiente para prevenir a quebra do resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) para 73 milhares de euros, com degradação da margem. Os resultados líquidos atingiram os 68 mil euros, abaixo dos níveis de 2018.

Fig. 12 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais deteriorou-se, resultado de vendas mais baixas. Tal como em anos anteriores, a Global Family Editions realizou pequenos investimentos em ativos fixos, perfeitamente cobertos pelos fluxos de caixa gerados e ainda concedeu um empréstimo de 500 mil euros ao proprietário CIL.

No final de 2019, a empresa não tinha qualquer tipo de endividamento financeiro. O capital próprio cobriu 50 % dos ativos, uma situação bastante confortável. A empresa não planeia distribuir dividendos relativos a 2019 (Figura 13).

Fig. 13 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	2 010	2 360	3 058	3 614	3 880	4 695
EBITDA	73	107	152	182	100	-351
Resultado líquido	68	96	133	177	72	-392
Ativo	1 478	1 496	1 766	2 110	2 490	2 456
Passivo	732	818	1 184	1 661	2 218	2 256
Capital próprio	746	678	582	449	272	201

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

IMPRESA – SGPS, S.A.

A Impresa SGPS, S.A. (grupo Impresa, grupo, Impresa ou empresa), alberga toda a atividade de *media* do grupo com interesses que abrangem uma estação de televisão, sete canais temáticos, o jornal Expresso, várias propriedades na internet e aplicações, e uma empresa de novas tecnologias, mantendo ainda interesses na distribuição de publicações (VASP).

Tudo começou em 1973, quando Francisco Pinto Balsemão criou a Sojornal/Expresso, acreditando que, apesar da censura, era possível fazer um semanário de qualidade. O

jornal Expresso tornou-se numa das referências da sociedade portuguesa, dando início à criação do grupo Impresa.

Em 1975, foi fundada a VASP para distribuir o Expresso, sendo parte do seu capital social adquirido pela Sojornal, em 1981. A Controljornal foi constituída em abril de 1988, para ser a empresa *holding* de todo o grupo. Em 1989, foi constituída uma *joint-venture*, com o grupo brasileiro Abril, dando origem ao nascimento da primeira revista de negócios em Portugal, a Exame, e marcando a entrada do grupo na área de revistas.

Em março de 1991, o capital da Controljornal foi aberto a investidores externos, e foi criada uma *holding* - a Impresa - que concorreu à atribuição dos primeiros canais de televisão privados em Portugal, tornando-se num dos acionistas fundadores da SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.

Em outubro de 1992, a SIC iniciou as suas emissões, sendo o primeiro canal de televisão privado a estabelecer-se em Portugal. Na segunda metade de 1999, a Impresa passou a deter o controlo de 51 % do capital da SIC e 37,3 % do interesse económico, abrindo o capital a novos investidores.

No início de abril de 2000, a Impresa aumentou o seu interesse económico na SIC, para os 51 % e, em junho de 2000, foi admitida à cotação na Bolsa de Valores de Lisboa - atual Euronext Lisboa.

Em 2001, iniciou-se um novo ciclo de expansão da SIC, desenvolvendo novas áreas de atividade, o que permitiu que, para além de canal principal, passasse a incluir vários canais temáticos – destacando-se a SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher, SIC K e a SIC Caras, e um canal internacional, SIC Internacional, a par de interesses nas áreas de multimédia, *merchandising* e serviços técnicos (GMTS).

Em 2003, a área de revistas transformou-se na Edimpresa, com a Impresa a deter 50 % do seu capital em conjunto com os suíços da Edipress. Em meados de 2008, a Impresa adquiriu a totalidade do capital da Edimpresa. De seguida, procedeu-se à fusão das atividades de revistas e jornais, debaixo da *sub-holding* Impresa Publishing, tornando-se, assim, na maior editora de publicações portuguesa a partir do final de 2008, com um portefólio de cerca de 30 publicações, onde se incluíam o jornal Expresso, e as revistas Visão, Caras, Activa, Exame, entre outras.

No final de 2005, a Impresa adquiriu a posição minoritária da SIC, elevando a sua participação para 100 % do capital. No primeiro trimestre de 2007, criou uma nova área de negócios, denominada Impresa Digital, onde concentrou um portefólio de participações em várias empresas, com atividades na internet e novas tecnologias.

No final de 2008, a crise económica obrigou o grupo Impresa a reformular a sua estratégia, concentrando-se apenas nas atividades principais e reduzindo o portefólio de publicações e empresas.

Em 2010, a SIC apostou na produção de novelas portuguesas em parceria com a SP Televisão e a TV Globo. A primeira novela, “Laços de Sangue”, foi distinguida com um Emmy, na categoria de novelas, proporcionando, nos anos seguintes, a abertura dos mercados internacionais das produções de novelas.

Em 2011, no âmbito de uma reestruturação do grupo, a área digital ficou reduzida à InfoPortugal – Desenvolvimento e Produção de Conteúdos Georreferenciados, à Olhares,

que detém o maior portal de fotografia de língua portuguesa e à DGSM. Posteriormente, em 2012, em troca de uma participação de 15,06 %, a DGSM foi vendida à Nonius Software, que se dedicava ao fornecimento de HSIA e serviços de hospitalidade para a indústria hoteleira.

Em 2014, no âmbito da sua expansão digital, o Expresso lançou o Expresso Diário, um jornal diário só disponível *online*, para assinantes e compradores da versão em papel. No final de 2014, a SIC lançou o seu primeiro canal especificamente dedicado aos mercados africanos de língua portuguesa, em exclusividade para a plataforma DSTV.

Em 2015, a SIC estava presente em 14 países, através de 53 operadores com sete canais, abrangendo mais de seis milhões de espectadores.

O arranque de 2016 foi marcado pela nova organização do grupo Impresa, liderado pelo CEO Francisco Pedro Pinto Balsemão. As telenovelas da SIC “Coração D’Ouro” e “Mar Salgado” conquistaram as medalhas de Ouro e Bronze, respetivamente, na categoria Telenovela, na gala de prémios do *New York Festival's World's Best TV & Films*, que decorreu em Las Vegas. Foi a primeira vez que telenovelas produzidas em Portugal foram finalistas neste Festival, que conta com produções de cerca de 50 países.

A Impresa criou uma nova plataforma *online* que agrega todas as ofertas criativas do grupo e a SIC tornou-se a primeira televisão nacional a disponibilizar o canal generalista e todos os seus canais temáticos em Alta Definição.

Já em 2017, a SIC reforçou a venda de conteúdos no mercado internacional, lançando um *site* específico para o efeito, e reforçou a sua aposta em África, através de um reposicionamento da SIC Internacional, com uma nova imagem e uma oferta mais próxima deste continente, por forma a consolidar a posição como canal de referência nos mercados de língua portuguesa. Os canais SIC continuaram em expansão passando a ser distribuídos em novas plataformas ou reforçando a presença em plataformas já cobertas como África do Sul, Alemanha, Austrália Luxemburgo e Moçambique.

No âmbito do Plano Estratégico para o triénio 2017-2019, que tem como objetivo o reposicionamento da atividade da Impresa, com um maior enfoque nas componentes do audiovisual e do digital, o portefólio de revistas Activa, Caras, Caras Decoração, Courier, Exame, Exame Informática, Jornal de Letras, Telenovelas, TV Mais, Visão, Visão História e Visão Júnior foi alienado à Sociedade Trust in News, de Luís Jorge Sales Martins Delgado, logo no início de 2018, pelo valor de 10,2 milhões de euros.

Neste enquadramento, o segmento de *publishing* passou a ser constituído pelo Expresso, Blitz (que passou a ter apenas presença digital, com edições especiais em papel), as Novas Soluções de *Media* (que inclui o *Customer Publishing*), a Boa Cama Boa Mesa (anteriormente no perímetro da InfoPortugal) e a gestão comercial de propriedades digitais não detidas pela Impresa, incluindo, desde 2018, os *sites* Notícias ao Minuto e Zero Zero, para além do LinkedIn, em Portugal.

A 17 de setembro de 2018, nasceu a SIC Ventures, resultante da aposta da Impresa na diversificação das suas áreas de negócio e em novas fontes de receita, em especial na área digital. Também em 2018, a SIC celebrou um acordo de distribuição com a Comcast, expandindo a cobertura da SIC Internacional a todo o território dos EUA.

No primeiro trimestre de 2019, a SIC adquiriu uma participação de 4,16 % na empresa YoungStories, S.A., cuja atividade consiste na exploração do *website* Zaask.

Atualmente, o grupo Impresa tem as suas ações admitidas à cotação na Euronext Lisboa, sendo maioritariamente detido por Francisco Pinto Balsemão, com uma participação de cerca de 52 %. A sociedade Mãe, controlada por António Silva Parente, o Banco BPI, o Santander Asset Management e a NewsHold também detêm participações, todas elas inferiores a 5 %. (Figura 14).

O ano de 2019 ficou marcado pela mudança histórica na liderança das audiências em Portugal: 15 anos depois, a SIC voltou a ser estação de televisão líder no país.

As receitas de exploração cresceram 5,6 %, impulsionadas pelo segmento de televisão, que beneficiou de um crescimento das receitas de publicidade e em menor grau pelo crescimento das receitas de circulação, tanto em papel como digital, e das receitas relacionadas com os IVR. Verificou-se uma quebra das receitas de publicidade no segmento de *publishing* e de receitas de subscrição de canais televisivos, explicada pela negociação de contratos com operadores internacionais.



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Os custos operacionais em 2019, sem considerar amortizações, depreciações, provisões e perdas por imparidade em ativos não correntes, subiram ligeiramente, pelo que o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) atingiu 25 101 milhares de euros, um aumento de 39 % em relação ao EBITDA equivalente do ano anterior, acompanhado de melhoria da respetiva margem (Figura 15). O resultado líquido foi positivo de 7 703 milhares de euros em 2019.

Neste enquadramento positivo, a capacidade de geração de *cash flow* operacional melhorou francamente face a 2018. Os investimentos em ativos fixos foram menores. Assim, o endividamento financeiro total diminuiu e registou-se o alongamento de maturidades, consequência da emissão de dívida realizada durante 2019. A dívida líquida excedeu o EBITDA em 6,6x, uma melhoria face aos 9,9x de 2018, graças ao duplo efeito de diminuição do endividamento total e do crescimento do EBITDA. A autonomia financeira melhorou face aos anos anteriores, e fixou-se em cerca de 35 %.

O *stock* de dívida acumulado continuou em níveis elevados e tanto os fluxos de caixa operacionais como o EBITDA de 2019 continuaram a não perfazer montante suficiente para cobrir a dívida que se vence em 2020.

De acordo com o Relatório e Contas de 2019, não existiu qualquer incumprimento das obrigações decorrentes dos empréstimos vigentes, quer quanto à manutenção das principais participações sociais nas empresas subsidiárias, quer de limitação de investimentos ou distribuição de dividendos, quer de *convenants* de rácios financeiros. Em casos de incumprimento de determinados rácios financeiros foi obtida, das entidades financiadoras, a dispensa do respetivo cumprimento.

O Grupo Impresa, no final de 2019, tinha disponíveis linhas de crédito não utilizadas no montante de dez milhões de euros, o que comparava com uma dívida que se vence em 2020 de 50 milhões de euros. As linhas de crédito disponíveis aumentaram face a 2018, ano em que se situaram em apenas três milhões de euros.

O grupo Impresa, cujas ações se encontram cotadas na Euronext Lisboa, e tal como tem vindo a acontecer há vários anos, não irá distribuir dividendos relativos a 2019.

Fig. 15 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017*	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	181 870	172 163	176 061	201 821	205 997	230 922	237 780
EBITDA	25 101	18 110	14 967	13 815	15 526	22 545	31 944
Resultado líquido	7 703	3 139	-21 591	-21 654	2 760	4 028	11 006
Ativo	380 774	396 714	388 302	388 617	413 984	403 474	407 080
Passivo	247 691	271 333	265 937	265 937	269 742	261 701	269 484
Capital próprio	133 083	125 381	122 364	122 679	144 242	141 773	137 596

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC. * 2017 re expresso.

EDITORIAL JORNAL DA BAIRRADA, LDA.

A empresa Editorial Jornal da Bairrada, Lda. (Jornal da Bairrada ou empresa) dedica-se à produção e comercialização do Jornal da Bairrada, à produção e comercialização de suplementos e à organização de eventos. Procura vender projetos de comunicação “chave na mão” que tragam mais valor aos seus clientes.

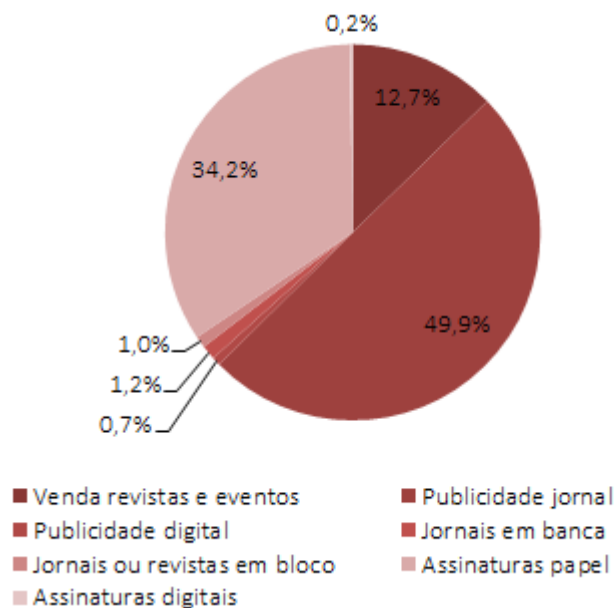
É propriedade do Grupo Nov Comunicações (70 % do capital), por sua vez detido em 68,5% pelo Grupo Lena. Em termos de beneficiários efetivos distinguem-se várias individualidades, como Joaquim Barroca Rodrigues (19 %), Carlos dos Santos Silva (14 %), António Barroca Rodrigues (22 %), Francisco Rebelo dos Santos (11 %), Maria Barroca Rodrigues (10 %), Maria Serra Granjeia (6 %), entre outros.

O Jornal da Bairrada integra este estudo por ser uma publicação líder em circulação em 2019, tendo como base os critérios definidos no capítulo de análise económico-financeira do setor.

Apesar do posicionamento de liderança, em especial na região onde se insere, está-se perante uma empresa relativamente pequena, quando comparada com as restantes mencionadas nesta análise.

O ano de 2019 continuou a ser desafiador e as receitas de exploração desceram cerca de 0,7 %, a refletir quebras na publicidade em jornal e vendas de jornais em banca e em assinatura de papel, não compensadas pelas melhorias registadas na venda de revistas e realização de eventos, publicidade e assinaturas digitais e vendas de jornais e revistas em bloco (Figura 16).

Fig. 16 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

No entanto, uma gestão de custos eficiente permitiu que o resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) mais que duplicasse face a 2018 e atingisse 20 mil euros, com melhoria da respetiva margem. Os resultados líquidos passaram para terreno positivo (Figura 17).

A geração de fluxos de caixa operacional manteve-se positiva e em melhoria face a 2018, explicada por prazos de pagamento e recebimento mais favoráveis. A empresa não fez qualquer investimento em 2019.

A dívida financeira total tem mantido uma trajetória descendente, mais evidente em 2019 e nos prazos mais longos, sendo que estes são quase exclusivamente provenientes de partes relacionadas com o jornal. A empresa encontra-se bastante alavancada, com um rácio dívida líquida de dinheiro em caixa / EBITDA de 7x e uma proporção de capitais próprios no ativo de 18 %. Nem os fluxos de caixa operacionais nem o EBITDA gerados são suficientes para cobrir a dívida que se vence em 2020.

Fig. 17 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016
Receitas de exploração	402	405	432	419
EBITDA	20	8	30	18
Resultado líquido	1	-14	6	1
Ativo	292	321	339	342
Passivo	240	269	273	281
Capital próprio	52	52	66	61

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

JORNAL DO FUNDÃO EDITORA, LDA.

O Jornal do Fundão Editora, Lda. (Jornal do Fundão ou empresa), é uma sociedade que detém uma histórica publicação regional de natureza informativa, detida por oito pessoas individuais. Nuno Marques Francisco é o sócio maioritário, com uma participação superior a 50 %, Rui Marques detém 15 %, José Pedro Gavinhos e Maria Hannoing detêm 10 % cada um, Maria Mourão e Joana Mourão 5 % cada, entre outros com quotas inferiores.

O jornal foi comprado à Global Notícias Media Group durante o ano de 2018. Um grupo de jornalistas, docentes universitários na área da comunicação e também amigos do semanário e dos valores que representa adquiriu a posição maioritária do Global Media Group na sociedade Jornal do Fundão Editora. A passagem de testemunho representa assim a continuidade do legado do jornal, fundado em 1946, por António Paulouro.

O Jornal do Fundão integra este estudo por ser uma publicação líder em circulação em 2019, tendo como base os critérios definidos no capítulo de análise económico-financeira do setor.

À semelhança do Jornal da Bairrada e apesar do posicionamento de liderança regional, está-se perante uma empresa relativamente pequena, quando comparada com as restantes integrantes deste estudo.

A informação financeira disponível é diminuta. No entanto, é possível aferir que em 2019 as receitas de exploração desceram 4,8 %. O agravamento dos custos com mercadorias vendidas e as imparidades relativas a dívidas a receber vieram reforçar a contração do resultado antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) de quase 80 %, para 8,6 milhares de euros, acompanhado de deterioração da margem respetiva.

O resultado líquido atingiu 4,7 mil euros.

A empresa não tem dívida financeira e o capital próprio em proporção do ativo situou-se nos 27,5 %, em 2019.

Fig. 18 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017
Receitas de exploração	646	678	636
EBITDA	9	40	-61
Resultado líquido	5	33	-77
Ativo	258	380	157
Passivo	187	290	212
Capital próprio	71	91	-56

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

MEDIA CAPITAL, SGPS, S.A.

O grupo Media Capital, SGPS, S.A. (empresa, Media Capital, grupo Media Capital ou grupo), detém direta e indiretamente participações em empresas presentes nos principais segmentos de *media* e produção de conteúdos audiovisuais. A sua estrutura operacional reflete esta abrangência e é por isso que o seu modelo organizacional tem

um sentido horizontal, estando a atividade estruturada em cinco áreas de negócio, uma das quais a de serviços partilhados, que centraliza todas as funções administrativas das várias empresas do grupo.

Mais especificamente, o grupo desenvolve as atividades de difusão e produção de programas televisivos e outras atividades de *media*, realização, produção e difusão de programas radiofónicos, produção e exploração de atividades cinematográficas e videográficas, nos mercados português, espanhol e americano (Figura 20).

A TVI – Televisão Independente, S.A. (TVI), no âmbito da licença de exploração da atividade de televisão, difunde programas televisivos através da emissão de um canal generalista em sinal aberto e, através de contratos de distribuição celebrados com operadores, emite o referido canal generalista, o TVI 24, o TVI Ficção, o TVI Internacional, o TVI Reality e o TVI África.

A MCP – Media Capital Produções, S.A. (MCP), é a empresa do grupo Media Capital que desenvolve o negócio de produção audiovisual, assegurado no mercado português pela PLURAL Entertainment Portugal, S.A. (PLURAL), cuja atividade é a criação, produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, bem como o apoio à produção de conteúdos e eventos.

Adicionalmente, a MCP detém a PLURAL Entertainment España, S.A. (PLURAL España), que opera nos mercados espanhol e americano. A atividade desta área de negócio é a produção, serviços de apoio à produção, realização e exploração de conteúdos televisivos, obras cinematográficas e audiovisuais, bem como outros serviços relacionados.

A MCR II – Media Capital Rádios, S.A. (MCR II), é a empresa do grupo que desenvolve a atividade radiofónica. As suas participadas detêm os alvarás para o exercício da radiodifusão sonora e difundem, em Portugal, a Rádio Comercial, a Cidade, a M80, entre outras.

A Media Capital Digital, S.A. (Digital), é a empresa que desenvolve o negócio de internet através do portal www.iol.pt, que apresenta uma rede de conteúdos próprios, um diretório de classificados e publicidade *online*.

A MCME – Media Capital Música e Entretenimento, S.A. (MCME), é a empresa que desenvolve o negócio de música, tendo as suas participadas a atividade de produção de fonogramas, produção audiovisual e multimédia, compra e venda de discos e equiparados, produção de eventos e agenciamento de artistas.

A CLMC – Multimédia, Unipessoal, Lda. (CLMC), explora a atividade de aquisição e distribuição de direitos cinematográficos, essencialmente, em meios como cinema e televisão.

O grupo Media Capital foi criado em 1992 com a sua atividade assente maioritariamente na área de imprensa, iniciada em 1989, com o jornal O Independente.

Em 1997, expandiu-se com a aquisição das rádios Comercial e Nostalgia. Entre 1998 e 1999 adquiriu a quase totalidade do capital da TVI. Entre 1999 e 2003, o grupo expandiu as suas operações de rádio, entrou no mercado de publicidade *outdoor* e lançou a área de internet, com a criação do portal IOL, em 2000.

A entrada do grupo no capital da Nicolau Breyner Produções (NBP), em 2001, e o seu controlo no ano seguinte, consolidou o negócio de televisão como um todo, através da aposta estratégica na ficção portuguesa como conteúdo televisivo de sucesso da programação da TVI. Em 2003, a Media Capital entrou na área da distribuição cinematográfica, em parceria com a Castello Lopes, e da edição discográfica, com a criação da MC Entertainment e a aquisição da Farol Música. Contudo, a atividade cinematográfica foi descontinuada em 2011.

Em 2004, o grupo foi admitido à cotação em bolsa e, no ano seguinte, o grupo Prisa tomou uma importante participação no capital, passando a assumir a gestão executiva desde então. Em 2007, e na sequência de duas OPA, o grupo Prisa passou a deter a quase totalidade do capital.

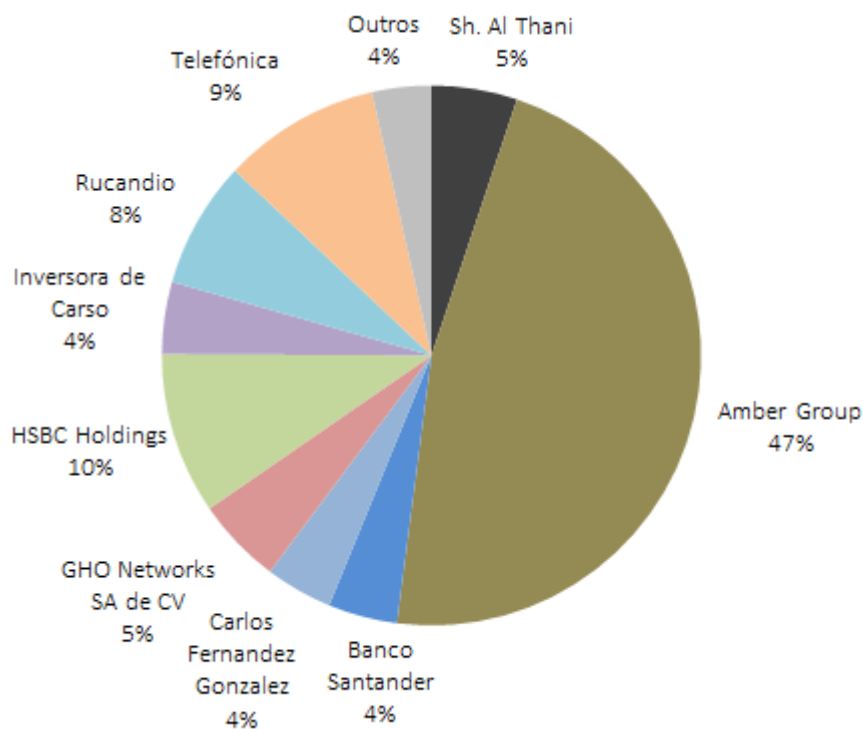
Em 2008, a Media Capital alienou a área de imprensa à Progres (empresa do grupo Prisa) e, no final do ano, adquiriu a Plural Espanha que, juntamente com a NBP, deu origem à Plural Entertainment, uma das maiores produtoras internacionais em língua portuguesa e espanhola.

O grupo Prisa está atualmente presente em 22 países, sendo um dos principais grupos de comunicação, informação, educação e entretenimento em Espanha, Portugal e na América e tem as ações admitidas à cotação na Bolsa de Valores de Madrid.

De acordo com as informações constantes do Portal da Transparência da ERC, a Media Capital é detida em 64,5 % pela Vertex, em 30,2 % pela Pluris Investments, e em 5,1 % pelo NCG Banco (ABANCA). Por sua vez, a Vertex, é detida a 100 % pelo grupo Prisa. As ações da empresa estão admitidas à cotação na Euronext Lisboa.

De acordo com as informações constantes do Portal da Transparência e do *site* da CNMV (*Comisión Nacional del Mercado de Valores*), à data de 1 de junho de 2020, os principais acionistas da Prisa são os descritos na Figura 19. A Amber Group engloba várias empresas de gestão de ativos, representada no conselho de administração da Prisa por Joseph Oughourlian. A empresa GHO Networks representa o grupo Herradura Occidente do empresário mexicano Roberto Alcántara Rojas. Carlos Fernandez Gonzalez é fundador e conselheiro da empresa mexicana Finaccess, a empresa Rucandio é propriedade da família Polanco, fundadora da Prisa. A empresa Inversora de Carso é de Carlos Slim e Sheik Al Thani, um empresário do Qatar, também é acionista da Prisa.

Fig. 19 - Principais Acionistas Prisa – junho 2020



Fonte: Site CNMV – Acionistas Significativos - % direitos de voto diretos, indiretos e por instrumentos financeiros, Plataforma da Transparência. Elaboração ERC.

Em 2017, a Media Capital foi alvo de uma oferta de aquisição de 100 % do seu capital por parte da MEO, grupo Altice, que acabou por não ser bem-sucedida. Em 2019, a Cofina SGPS lançou uma oferta semelhante, mas também, por razões diferentes, com o mesmo desfecho.

Em 2019 a TVI Ficção passou a estar disponível no Canadá e a TVI Internacional passou a estar disponível em mais quatro plataformas na Europa, nomeadamente na Suíça. Em Portugal ocorreu a passagem de todos os canais nacionais para HD.

O ano de 2019 foi de reversão e bastante desafiante para a Media Capital, uma vez que as receitas de exploração desceram 9,2 %, face a 2018. O segmento de televisão foi o responsável pela *performance* na sequência das perdas de audiências registadas durante o ano. As quebras em publicidade na televisão não foram compensadas pelo crescimento das receitas de publicidade na rádio e em outros meios. Adicionalmente, as descidas dos rendimentos relativos a serviços multimédia (sobretudo), assim como de direitos de sinal, também não foram totalmente compensadas por uma melhoria na venda de conteúdos e de rendimentos de natureza mais residual.

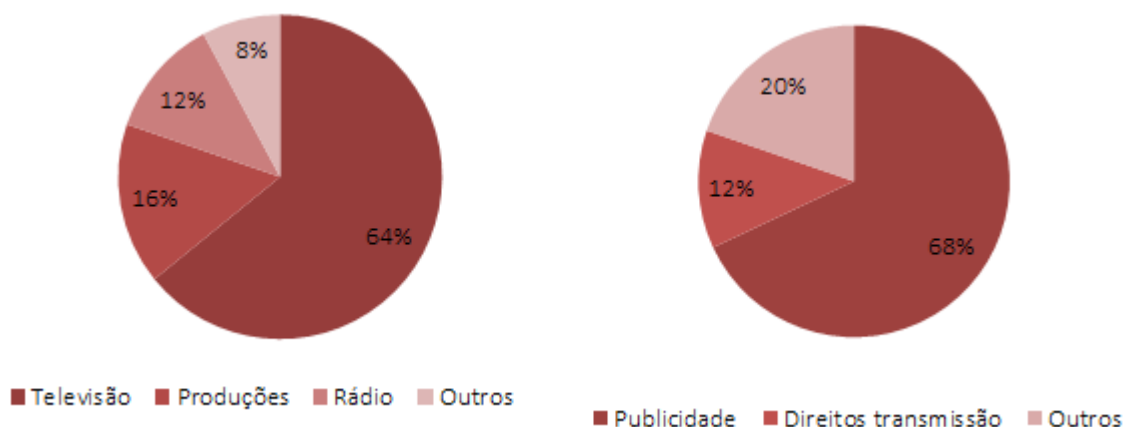
Os gastos operacionais excluídos de amortizações, depreciações, gastos com indemnizações imparidades de *goodwill* aumentaram 5 %, decorrendo, sobretudo, da aposta em conteúdos, visando a recuperação, a prazo, de níveis de audiência líder (sobretudo em *prime time*).

As provisões e perdas por imparidade também registaram um aumento significativo, explicado, fundamentalmente, pelo segmento de televisão e audiovisual, com um valor

de 57 milhões de euros. Na sequência da oferta pública de aquisição da Cofina sobre a Media Capital, e para efeitos da avaliação de imparidade do *goodwill* em 31 dezembro de 2019 nesta última, a administração da Media Capital determinou o seu valor recuperável por referência ao valor de mercado deduzido de custos de vender, conforme comunicado ao mercado e referido nas Notas 22, 23 e 36 às contas de 2019, considerando um valor de empresa (“*Enterprise Value*”) do Grupo de 205 000 000 euros, o qual se enquadra, considerando o Conselho de Administração que a referida transação se concretizou a preços normais de mercado, no nível 2 da hierarquia de *fair value* prevista no IFRS 13.

O grupo procedeu à alocação daquele montante pelos diversos segmentos operacionais, tendo por base o peso médio do valor recuperável de cada segmento estimado pelo Conselho de Administração em exercícios anteriores e a respetiva *performance* financeira apresentada em 2019. Desta forma, foi atribuído como valor recuperável aos segmentos Televisão e Produção Audiovisual Portugal os montantes de 142 045 000 euros e 18 550 000 euros, respetivamente, o que originou o reconhecimento, em 2019, de uma perda por imparidade do *goodwill* no montante de 57 341 818 euros.

Fig. 20 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Neste enquadramento, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) passaram para terreno negativo em 40 448 milhares de euros. Os resultados líquidos atingiram um prejuízo de 54 729 milhares de euros (Figura 21).

A capacidade de geração operacional de fluxos de caixa deteriorou-se consideravelmente, mas ainda assim cobriu os investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados durante o ano, que foram superiores aos de 2018 – tecnologia de alta definição e digitalização.

Face ao enquadramento da empresa e da economia em geral, não foram pagos dividendos relativos ao exercício de 2019.

O nível de endividamento da Media Capital deteriorou-se em relação à capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais, que representaram mais de 14 % da dívida total.

Os fluxos de caixa depois de investimentos atingiram 8,3 % da dívida total. O endividamento total e líquido cresceu durante 2019 e o rácio de capitais próprios face ao ativo desceu para 35 %.

As fontes de financiamento apresentaram-se diversificadas entre fontes de mercado, como a emissão de obrigações e papel comercial e empréstimos bancários. Os empréstimos bancários preveem o reembolso antecipado, em caso de quebra de um conjunto de restrições relativas ao controlo acionista e *performance* operacional e financeira da empresa, que no final de 2019 eram cumpridas. As linhas de crédito e papel comercial disponíveis e não utilizadas, no final de 2019, ascenderam a 11 050 milhares de euros.

Fig. 21 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	165 119	181 809	165 463	174 027	174 386	179 773
EBITDA	-40 448	40 245	40 077	41 517	40 134	40 912
Resultado líquido	-54 729	21 573	19 787	19 101	17 300	16 475
Ativo	250 439	293 890	301 244	315 079	328 001	332 042
Passivo	161 718	150 371	159 803	176 135	191 967	197 154
Capital próprio	88 721	143 519	141 442	138 944	136 034	134 888

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

MTV NETWORKS UNIPessoAL, LDA.

A MTV Networks, Unipessoal, Lda. (MTV ou empresa), foi constituída em 1 de outubro de 2004, e dedica-se a atividades de rádio e televisão.

A empresa é detida pelo grupo empresarial Viacom, sediado nos EUA, através da entidade MTV Ownership (Portugal), Lda., pelo que as suas operações são influenciadas por decisões do grupo e das empresas em que se insere e com as quais mantém transações significativas.

O Grupo Viacom é detido maioritariamente por Sumner Redstone e a Mario J. Gabelli GAMCO Investors tem 10 % da Viacom e 9,8 % indiretamente da MTV em Portugal.

O canal MTV está estabelecido em Portugal desde 2005. A estratégia da empresa e o seu grande objetivo tem sido o de consolidar a marca MTV no panorama televisivo nacional, bem como junto do seu público-alvo – 15/24 anos. Durante o ano de 2017 o canal afirmou a sua expansão ao público-alvo dos 25/34 anos.

A MTV Networks, Unipessoal, Lda., detém também o canal infantil Nickelodeon, lançado a 1 de junho de 2005. Este canal tem como público-alvo a faixa etária 4/14 anos. Sendo um canal com grande projeção internacional e com marcas muito relevantes, como “Spongebob”, “Dora” e “Patrulha Pata”, tem assumido um papel cada vez mais importante dentro da empresa.

Uma vez que toda a programação da MTV Portugal é emitida através do sinal da MTV Networks Europe, no Reino Unido, a MTV Networks, Unipessoal, Lda., mantém um contrato inter-companhia com a MTV Networks Europe. Este contrato prevê que, sobre os custos de programação e produção, seja aplicada uma comissão de 8 % e de 5 % sobre os custos estruturais da empresa, ou seja, o valor das receitas de exploração é totalmente determinado pelas rubricas de custos.

Consistentemente com esta lógica, em 2019, os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) atingiram 172 mil euros e a margem EBITDA situou-se nos 6,5 %. Os resultados líquidos atingiram 71 mil euros (Figura 22).

A MTV em Portugal não tinha dívida financeira e a proporção de capitais próprios em relação ao ativo situou-se confortavelmente nos 76 %.

Neste enquadramento, a empresa não pagou dividendos relativos ao exercício de 2019, em linha com o que aconteceu nos anos anteriores.

O ano fiscal da MTV é de 01 de outubro a 30 de setembro.

Fig. 22 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015
Receitas de exploração	2 646	2 106	2 220	2 263	2 141
EBITDA	172	180	167	146	121
Resultado líquido	71	72	64	78	62
Ativo	2 044	1 915	1 985	2 054	1 921
Passivo	496	438	579	713	658
Capital próprio	1 548	1 477	1 405	1 342	1 263

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

NOS, SGPS, S.A.

A NOS, SGPS, S.A. (Nos ou empresa), anteriormente designada de Zon Optimus, SGPS, S.A., e até 27 de agosto de 2013 designada de Zon Multimédia – Serviços de Telecomunicações e Multimédia, SGPS, S.A. (Zon), foi constituída pela Portugal Telecom, SGPS, S.A., em 15 de julho de 1999 com o objetivo de, através dela, desenvolver a sua estratégia para o negócio de multimédia.

Durante o exercício de 2007, a Portugal Telecom realizou o *spin-off* da Zon, com a atribuição da sua participação nesta sociedade aos seus acionistas, a qual passou a ser totalmente independente da Portugal Telecom. Em 2013, a Zon e a Optimus, SGPS, S.A., concretizaram uma operação de fusão por incorporação da Optimus SGPS na Zon, tendo a empresa adotado nessa data a designação de Zon Optimus, SGPS, S.A. Em junho de 2014, na sequência do lançamento da nova marca NOS, foi aprovada em Assembleia Geral a alteração da designação da empresa para NOS, SGPS, S.A.

Os negócios explorados pela NOS e pelas empresas participadas que integram o universo empresarial incluem serviços de televisão por cabo e satélite, serviços de voz e acesso à internet, edição e venda de videogramas, publicidade em canais de TV por subscrição, exploração de salas de cinemas, distribuição de filmes, produção de canais para televisão por subscrição, gestão de *datacenters*, licenciamento e prestação de serviços de engenharia e consultoria na área dos sistemas de informação.

O serviço de televisão por cabo e satélite em Portugal é predominantemente fornecido pela NOS Comunicações, S.A., e pelas suas participadas, a NOS Açores e a NOS Madeira. A atividade destas empresas compreende: a) a distribuição do sinal de televisão por cabo e satélite, b) a exploração de uma rede de comunicações móveis de última geração GSM/UMTS/LTE, c) a exploração de serviços de comunicações eletrónicas, no que se incluem serviços de comunicação de dados e multimédia em geral, d) serviços de voz por

IP (VOIP – voz por internet), e) operador móvel virtual (MVNO), e f) a prestação de serviços de assessoria, consultoria e afins, direta ou indiretamente relacionados com as atividades e serviços acima referidos. A atividade da NOS S.A., da NOS Açores e da NOS Madeira é regulada pela Lei n.º 5/2004 (Lei das Comunicações Eletrónicas).

A NOSpub e a NOS Lusomundo TV exercem a atividade de televisão e de produção de conteúdos, desde canais de cinema a séries, os quais são distribuídos pela NOS S.A. e suas participadas, entre outros operadores. A NOSpub efetua ainda a gestão do espaço publicitário de canais de televisão por subscrição e das salas de cinema da NOS Cinemas.

A NOS Audiovisuais e a NOS Cinemas, bem como as empresas participadas, desenvolvem a sua atividade na área dos audiovisuais, que integra a edição e venda de videogramas, a distribuição de filmes, a exploração de salas de cinema e a aquisição/negociação de direitos para televisão por subscrição e VOD (*video-on-demand*).

A NOS Sistemas dedica-se à gestão de *datacenters* e à prestação de serviços de consultoria na área dos sistemas de informação.

A NOS Inovação tem como principais atividades a realização e a dinamização de atividades científicas de investigação e desenvolvimento (detém toda a propriedade intelectual desenvolvida dentro do grupo NOS, pretendendo garantir o retorno do investimento inicial através da comercialização de patentes e concessões de exploração comercial resultante do processo de criação de produtos e serviços), a demonstração, divulgação, transferência de tecnologia e formação, nos domínios dos serviços e sistemas de informação e de soluções fixas e móveis de última geração, de televisão, internet, voz e dados.

As ações representativas do capital da NOS encontram-se cotadas na bolsa de valores Euronext Lisboa e integram o principal índice PSI 20. A NOS é controlada por Isabel dos Santos e pela Sonaecom, parte do grupo Sonae, da família Azevedo, através da participação de cerca de 52 % da ZOPT SGPS, S.A. Os restantes acionistas detêm menos de 5 % da empresa e entre eles encontram-se a MFS Investment, o Banco BPI e o Norges Bank.

Em 2017, a NOS reduziu para 25 % a sua participação na Sport TV Portugal, sendo a restante percentagem detida em partes iguais pela MEO, Olivedesportos e Vodafone. A Sport TV exerce a atividade de televisão, incluindo a concessão, produção, realização e comercialização de programas desportivos, aquisição e revenda de direitos de transmissão e exploração de publicidade.

Durante o segundo semestre de 2019 a NOS lançou o canal de filmes exclusivo NOS Studios, com um alinhamento dos mais recentes êxitos de bilheteira dos grandes estúdios e filmes premiados, em parceria com a Disney, Fox, MGM, Universal e Warner, entre outros. Este canal é disponibilizado em formatos lineares e não lineares e é incluído gratuitamente em todos os tarifários UMA. A empresa foi também a primeira em Portugal a lançar o *picture-in-picture* (PIP) na plataforma NOS TV, permitindo aos clientes visualizarem conteúdos de TV utilizando em simultâneo outras aplicações.

A NOS engloba no seu universo corporativo empresas reguladas pela ERC na qualidade de operador de distribuição de televisão (STVS) e operador televisivo.

2019 foi um ano positivo para a NOS. As receitas de exploração cresceram 1,5 %, ligeiramente acima do ritmo de 2018, as receitas de telecomunicações cresceram 1,1 %, sendo que as receitas de exibição cinematográfica cresceram 6,5 %.

Os clientes de STVS atingiram um total de 1,639 milhões, tendo crescido em 15,4 milhares em 2019, o dobro das adições líquidas verificadas em 2018, em resultado de duas tendências distintas. Por um lado, os clientes de TV por Subscrição Fixa continuaram a crescer a um ritmo robusto, com 31 mil adições líquidas que foram, por outro lado, parcialmente compensadas pela continuação da migração de clientes de DTH para ofertas suportadas em tecnologias fixas, resultando em perdas líquidas de 16 mil clientes de satélite. No entanto, o ritmo deste decréscimo foi mais reduzido do que em 2018, quando se verificou a perda líquida de 26 mil assinantes de DTH.

Os custos operacionais apresentaram quase estabilidade, pelo que os resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) subiram 5,5 %, para 623 149 milhares de euros, a par do aumento da respetiva margem (Figura 23).

Em 2019, a NOS fechou o ano com um resultado líquido de cerca de 143 milhões de euros. A totalidade do resultado líquido distribuível foi afeta a dividendos, que implicaram um *pay-out* de 100 %.

A NOS é uma empresa sólida, com indicadores de endividamento conservadores. O rácio dívida líquida/EBITDA situou-se em 2,4x e o fluxo de caixa operacional em percentagem do endividamento total atingiu os 44 %.

A geração de fluxos de caixa da empresa permitiu ainda cobrir a totalidade dos investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados durante o ano, que foram inferiores a 2018, gerando um fluxo de caixa livre positivo. Tanto o fluxo de caixa operacional como o EBITDA de 2018 excederam largamente a dívida que se vence no curto prazo.

Apesar disso, em 2019, o endividamento total e líquido aumentou, influenciado pelo pagamento de dividendos relativos ao ano de 2018, acima do resultado líquido gerado nesse período, e pela aquisição de ações próprias.

Fig. 23 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	1 599 230	1 576 161	1 561 783	1 514 969	1 444 305	1 383 934
EBITDA	623 149	590 774	564 973	534 327	516 765	486 695
Resultado líquido	143 243	140 902	124 221	89 996	82 720	74 711
Ativo	3 088 176	2 925 543	2 967 067	2 982 641	2 976 494	2 955 931
Passivo	2 075 854	1 841 661	1 880 699	1 929 543	1 912 972	1 895 801
Capital próprio	1 012 322	1 083 883	1 086 368	1 053 098	1 063 522	1 060 129

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

O INFORMADOR FISCAL (OIF) - EDIÇÕES TÉCNICAS, LDA.

O Informador Fiscal (OIF) – Edições Técnicas, Lda. (OIF ou empresa), é a empresa proprietária do jornal O Informador Fiscal, fundado em 1935, um órgão de comunicação social focado na área fiscal. Disponível em dois formatos (papel e *online*), contém artigos de informação fiscal, contabilística, empresarial e também relativa ao trabalho, segurança social e incentivos. A publicação desdobra-se em duas séries de periodicidade

quinzenal e mensal, ao que acresce a publicação trimestral Revista Portuguesa de Contabilidade.

O Portal Lexit, um portal de códigos anotados e comentados, e o IRX, um portal de simulação de IRS para profissionais, também são parte deste grupo.

O OIF é propriedade de Giselda Ferreira, José Ferreira (cada um com 45 %) e Nuno Ferreira (10 %).

O ano de 2019 foi positivo, com crescimento de receitas de quase 18 %, que atingiram os 435 mil euros. A estrutura de custos operacionais tornou-se mais eficiente com a diminuição dos custos com pessoal e fornecimentos e serviços externos. No entanto, a ausência de outros rendimentos que não vendas, como aconteceu em 2018, levaram a uma quebra de 64 % nos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) para 47 mil euros, bem como da margem respetiva que passou de 35 %, em 2018, para 11 %, em 2019. Os resultados líquidos passaram de quase 99 mil euros, em 2018, para quatro mil euros, em 2019 (Figura 24).

A empresa contraiu dívida financeira em 2019, mas a posição excedentária de caixa, no fim do ano, manteve-se superior ao endividamento. Os capitais próprios representaram 80 % dos ativos, um valor bastante conservador.

Fig. 24 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015
Receitas de exploração	435	370	393	417	598
EBITDA	47	131	11	256	153
Resultado líquido	4	99	-46	195	64
Ativo	1 407	1 381	2 218	1 984	1 733
Passivo	273	250	1 186	898	820
Capital próprio	1 134	1 130	1 032	1 086	913

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

OBSERVADOR ONTIME, S.A.

A Observador Ontime, S.A. (Observador ou empresa), nasceu em 2014. Detém o *website* de informação geral Observador, com edições impressas apenas de aniversário e *lifestyle* e recentemente lançou uma rádio com o mesmo nome, difundida em Lisboa e no Porto.

Durante 2019, o Observador alienou a participação que detinha na sociedade Creative Ninjas, e fez investimentos nas sociedades Cinco, Um, Zero e Rádio Baía. A Creative Ninjas é proprietária da revista MAAG, a Cinco Um Zero alberga as publicações escritas do Observador e a Rádio Baía, a rádio Observador.

A empresa é detida direta e indiretamente por Luís Pais do Amaral (51 %), António Carrapatoso (8,4 %), António Champalimaud (6,25 %), Alexandre Relvas (5 %) entre muitos outros, com participações inferiores.

2019 foi mais um ano de crescimento de receitas de exploração, que atingiram 3 milhões e 919 mil euros, mais 17 % que em 2018 (Figura 25). No entanto, o aumento dos custos operacionais, perdas imputáveis a subsidiárias e imparidades agravaram os prejuízos antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA).

A empresa apenas tem dívida financeira de curto prazo e o rácio de capitais próprios em relação ao ativo situou-se em cerca de 48 %. Em 2019, beneficiou de mais um aumento de capital dos seus acionistas e o endividamento financeiro reduziu-se.

Fig. 25 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016
Receitas de exploração	3 919	3 339	2 587	2 002
EBITDA	-1 131	-599	-794	-856
Resultado líquido	-1 336	-781	-954	-992
Ativo	3 532	2 755	1 970	2 003
Passivo	1 838	1 096	1 076	886
Capital próprio	1 694	1 659	894	1 117

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A.

A Rádio e Televisão de Portugal, S.A. (RTP ou empresa), tem como objeto principal a prestação do serviço público de rádio e de televisão, nos termos das Leis da Rádio e da Televisão e do respetivo contrato de concessão, podendo prosseguir quaisquer atividades, industriais ou comerciais, relacionadas com a atividade central, na medida em que não comprometam ou afetem a prossecução do serviço público referido. São essas atividades as seguintes:

- Exploração da atividade publicitária, com limites previstos no respetivo contrato de concessão;
- Produção e disponibilização ao público de bens relacionados com a atividade de rádio ou de televisão, nomeadamente programas e publicações;
- Prestação de serviços de consultoria técnica e de formação profissional e cooperação com outras entidades, nacionais ou estrangeiras, especialmente com entidades congéneres dos países de expressão portuguesa;
- Participação em investimentos na produção de obras cinematográficas e audiovisuais.

A RTP deu início à sua atividade de divulgação de informação em 1935, com a transmissão das primeiras emissões na Rádio Pública (EN). Em 1957 foram iniciadas as emissões de televisão e, em 1992, as transmissões a nível internacional. Cinco anos mais tarde (1997), foi criada uma plataforma digital.

Com 83 anos de rádio, 61 de televisão e 21 de *online*, em 2007, estes meios, historicamente dispersos em várias empresas, fundiram-se numa só, dando origem à RTP, no formato atual.

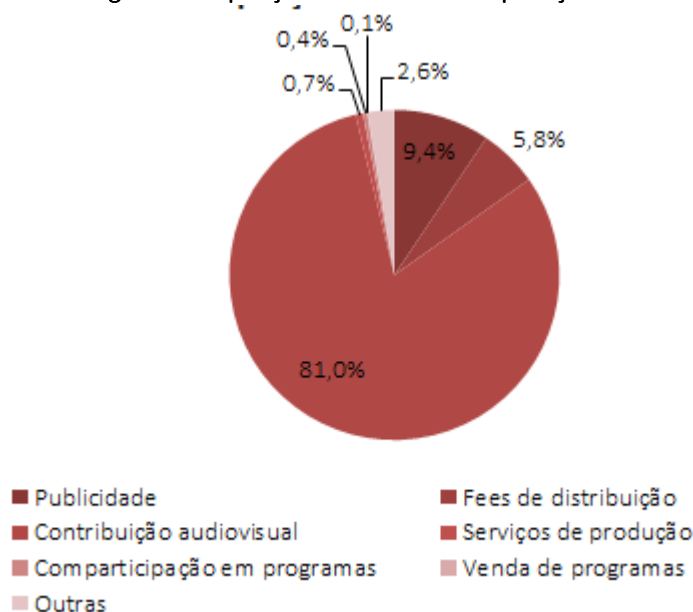
A RTP opera os canais RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores, e RTP Madeira, e as rádios Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 2, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera e Antena 1 Memória.

A RTP é detida a 100 % pelo Estado português, através da Direção-Geral do Tesouro e das Finanças.

Em 2019, as receitas de exploração decresceram 8,3 % face a 2018, resultado da quebra de todas as fontes de receitas, à exceção de receitas de publicidade e contribuição audiovisual. Os grandes eventos atípicos de 2018 (Festival Eurovisão da Canção e Mundial 2018 de Futebol), que não existiram em 2019, explicaram este resultado.

De salientar que, na RTP, a publicidade representava cerca de 9 % das receitas de exploração, enquanto a contribuição para o audiovisual (CAV) atingiu 81 % (Figura 26).

Fig. 26 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

Neste enquadramento, os custos operacionais diminuíram, o que explicou o crescimento dos resultados antes de impostos, resultados financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA), de 4,8 %, para 12 351 milhares de euros, bem como da margem respetiva (Figura 27).

O resultado líquido mais que duplicou face a 2018, de 330 para cerca de 903 milhares de euros, a refletir menores amortizações e menores custos financeiros.

A capacidade de geração de fluxos de caixa operacionais foi positiva e suficiente para cobrir os investimentos em ativos tangíveis e intangíveis realizados.

O *stock* de dívida acumulada diminuiu e a dívida líquida situou-se em 7,6x o EBITDA, valor sintomático do elevado grau de alavancagem da RTP, mas mais uma vez em trajetória de melhoria. O EBITDA e o *cash flow* operacional perfizeram montantes suficientes para cobrir a dívida que vai vencer-se durante 2020.

No final de 2019, a RTP tinha disponíveis linhas de crédito de curto prazo não utilizadas de 31 milhões de euros. No médio e longo prazo as linhas estavam totalmente utilizadas, em cerca de 38 milhões de euros.

O capital próprio permaneceu negativo, em 13 914 milhares de euros, resultado dos prejuízos acumulados ao longo de anos.

Fig. 27 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	218 899	238 803	214 180	213 195	210 309	212 759
EBITDA	12 351	11 788	12 419	10 380	12 840	10 515
Resultado líquido	903	330	130	1 641	3 985	38 226
Ativo	319 707	321 704	350 632	344 569	339 333	332 964
Passivo	333 621	334 197	363 864	368 407	365 033	362 566
Capital próprio	-13 914	-12 493	-13 232	-23 838	-25 701	-29 602

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

RBA REVISTAS PORTUGAL, UNIPESSOAL, LDA.

A RBA Revistas Portugal, Lda. (RBA Portugal ou empresa), é parte integrante do grupo 100 % espanhol RBA Media Group, que opera nos segmentos de revistas, colecionáveis e livros e em expansão para os *media* audiovisuais. Grupo de comunicação líder, com mais de 48 títulos e 15 milhões de leitores, está presente em Espanha (Barcelona e Madrid), Portugal, Itália, Argentina e México. O grupo é controlado por Ricardo Rodrigo Amar.

Em Portugal, a RBA comercializa diversas revistas do grupo, na sua versão portuguesa ou original, sendo responsável por títulos de relevância em termos de circulação, como a Elle, a National Geographic Portugal, a Cozinha Fácil, entre outros (Figura 28).

A RBA Portugal iniciou a sua atividade em 2006, com a aquisição dos direitos editoriais da revista National Geographic e, em 2013, por incorporação da empresa RBA II Publicações, Lda., passou também a deter os direitos editoriais da revista Elle.

Para a RBA Portugal, em 2019 continuou-se com a prossecução da estratégia definida de otimização das tiragens, adequando-as às vendas efetivas.

O resultado foi bastante positivo e as receitas de exploração cresceram 8,1 %, para 3 milhões e 375 mil euros, impulsionadas principalmente pela venda de produtos a terceiras entidades, a compensar as quebras nas restantes linhas de receitas, como a prestação de serviços intra e inter grupo e as vendas intra grupo.

Fig. 28 - Composição das receitas de exploração em 2019



Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

No entanto, o aumento das vendas foi desequilibrado por um agravamento da estrutura de custos operacionais, nomeadamente custo das mercadorias vendidas, fornecimentos e serviços externos e custos com pessoal, que levou à diminuição dos resultados antes de impostos, encargos financeiros, depreciações e amortizações (EBITDA) em 18 %, para 188 milhares de euros, com inerente decréscimo da margem. A empresa continuou a ser rentável, com um resultado líquido de 149 milhares de euros no final de 2019, mas não planeia distribuir dividendos em relação a este exercício, incorporando os resultados como reservas (Figura 29).

Já relativamente ao resultado líquido de 2018, e apesar da recomendação da gestão, a Assembleia Geral aprovou a distribuição de dividendos de 1 milhão e 200 mil euros, com recursos de reservas.

Continua a ser de destacar a solidez da RBA Portugal, que não recorreu a qualquer instrumento de dívida financeira em 2019 e fechou o ano com uma posição de caixa de 179 milhares de euros. No entanto, a distribuição de dividendos descapitalizou a empresa, que passou de uma proporção de capitais próprios no ativo de 64 %, em 2018, para 35 %, em 2019.

As atividades operacionais geraram recursos suficientes para pagar os investimentos realizados em ativos tangíveis fixos no período.

Fig. 29 - Sumário de indicadores financeiros

Milhares de euros	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Receitas de exploração	3 375	3 124	2 863	2 788	2 995	3 076
EBITDA	188	228	387	173	300	401
Resultado líquido	149	191	312	145	235	291
Ativo	1 426	2 414	2 192	1 906	1 754	1 639
Passivo	923	860	829	855	848	968
Capital próprio	504	1 554	1 363	1 051	906	670

Fonte: Demonstrações financeiras. Elaboração ERC.

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

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo é construído a partir das informações comunicadas ao abrigo das obrigações legais da transparência dos *media*. As possibilidades analíticas que resultam destes elementos são vastas, no quadro da promoção da liberdade e do pluralismo de expressão e da salvaguarda da independência dos meios de comunicação social perante os poderes político e económico.

Estas informações são agora de acesso público, com o lançamento, no final de 2019, do Portal da Transparência, base de dados *online* especialmente criada pela ERC para este fim. O tornar público torna necessário, em paralelo, refletir sobre a única exceção à disponibilização prevista na Lei da Transparência (Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), quando invocados “interesses fundamentais dos interessados”. Trata-se de um conceito vago e indeterminado que requer densificação substanciada na apreciação dos argumentos concretos apresentados para fundamentar pedidos de confidencialidade.

Com base nos elementos transmitidos pelas pessoas singulares e coletivas registadas na Plataforma Digital da Transparência pode afirmar-se que, em Portugal, a paisagem mediática é plural, diversificada e dispersa, prevalecendo entidades de pequena dimensão, que prosseguem a atividade de imprensa e que detêm uma única publicação periódica. São minoritárias as entidades com mais do que um órgão de comunicação social, sendo ainda mais residuais aquelas que combinam diferentes tipos de meios. Não obstante a granularidade de entidades em número, as análises económico-financeiras conduzidas nos anos anteriores apontam para uma concentração de cerca de 73 % em termos de ativos nas maiores empresas. Recuperam-se algumas destas conclusões, ainda relativas ao ano de 2018, enquanto ainda decorre o prazo para a comunicação de dados financeiros relativos ao exercício de 2019, alargado de 30 de abril para 31 de julho devido ao contexto da crise pandémica de Covid-19.

No capítulo, procede-se, ainda, a um estudo exploratório da propriedade da imprensa de âmbito local/regional e nacional, uma das áreas de comunicação social mais diversificada e na qual se encontra uma das maiores intersecções entre os diferentes setores e áreas da atividade económica. Avultam as publicações periódicas detidas por entidades que não têm como atividade principal a comunicação social. Ainda assim, a propriedade deste tipo de órgãos de comunicação social (OCS) é, muitas vezes, crucial para o desenvolvimento do objeto e das estratégias dessas entidades, ainda que a exploração do OCS não envolva qualquer retorno económico ou até implique prejuízos.

A análise de proprietários relevantes de publicações periódicas visa a identificação de grupos ou combinações de detentores de capital ao nível das entidades direta ou indiretamente proprietárias de OCS, ou suas editoras, num mesmo distrito. Dever-se-á ter em conta o facto de muitas entidades proprietárias de OCS comunicarem dados ora

em seu nome ora em nome das editoras (por si detidas ou não), o que traz muitas dificuldades de padronização e de comparabilidade da informação transmitida.

Ressalta-se que a comunicação social prossegue diferentes objetivos: apesar de se constituir como negócio, não se esgota nesta dimensão, ao visar finalidades simbólicas, promocionais, ideológicas ou culturais, entre outras. Neste âmbito autonomizam-se, pela sua importância e dimensão, algumas esferas de atividade social, designadamente, o desporto, a saúde e bem-estar, as religiões, os partidos políticos e os sindicatos.

No final, procede-se ao aprofundamento das relações transversais de titularidade das principais empresas de *media* nacionais.

2. ENQUADRAMENTO DAS DISPOSIÇÕES LEGAIS DA TRANSPARÊNCIA

2.1 Âmbito de aplicação

A Lei n.º 78/2015, de 29 de julho (“Lei da Transparência”), tem um âmbito de aplicação maximalista, estendendo as obrigações da transparência a todas as entidades que, sob jurisdição do Estado português, prossigam atividades de comunicação social (identificadas no artigo 6.º dos Estatutos da ERC), nomeadamente:

- ✓ As **agências noticiosas**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que editam **publicações periódicas**;
- ✓ Os **operadores de rádio e de televisão**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem ao público, através de **redes de comunicações eletrónicas, serviços de programas de rádio ou de televisão**;
- ✓ As pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações eletrónicas, **conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente**.

O âmbito de aplicação corresponde praticamente ao universo de entidades reguladas pela ERC, sendo a referência deste universo a base de dados de registos ativos dos órgãos de comunicação social gerida pela Unidade de Registos da ERC¹. Deve ressaltar-se que, para efeitos de aplicação da lei, foram excluídas as entidades que têm publicações periódicas meramente anotadas na Unidade de Registos, ou seja, aquelas que são editadas por organismos públicos, bem como foram considerados apenas os registos convertidos em definitivos².

O universo regulado é disperso e diversificado, sendo composto por um elevado número de pessoas singulares e coletivas, de dimensões e recursos muito díspares³. À data de 31

¹ A este respeito, recomenda-se a consulta do capítulo “Registos dos Meios e Órgãos de Comunicação Social”, no presente Relatório de Regulação.

² À luz do Decreto-Regulamentar n.º 8/99, de 9 de junho, artigo 15.º, n.º 2, as inscrições de publicações periódicas convertem-se em definitivas com a apresentação, junto da ERC, do primeiro exemplar publicado, em prazo não superior a 90 dias contados da data da notificação do despacho de deferimento do pedido inicial.

³ As pessoas coletivas correspondem juridicamente a sociedades comerciais, mas também a associações, cooperativas, fábricas de igreja, fundações ou Instituições Particulares de Solidariedade Social.

de dezembro de 2019, esse universo integrava 2157 registos ativos de órgãos de comunicação social (OCS)⁴, com a distribuição que consta da Figura 1.

Fig. 1 - Órgãos de comunicação social registados na ERC, por tipo (31 de dezembro de 2019)

<i>Tipo de órgão de comunicação social</i>	<i>N.º</i>	<i>%</i>
<i>Publicações periódicas*</i>	1725	79,97
<i>Operadores de rádio</i>	286	13,26
<i>Serviços de programas distribuídos exclusivamente pela Internet</i>	109	5,05
<i>Operadores de televisão</i>	25	1,16
<i>Operadores de distribuição</i>	10	0,46
<i>Empresas noticiosas</i>	2	0,09
Total	2157	100,00

*Inclui publicações anotadas e registos provisórios

Fonte: ERC

2.2. Dimensões da transparência dos *media*

No quadro da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho, as dimensões da transparência dos *media* concretizam-se em três pilares fundamentais – titularidade, gestão e meios de financiamento (Figura 2).

Assim, todas as entidades abrangidas, independentemente da sua figura jurídica, devem reportar à ERC a respetiva relação dos titulares das participações sociais, a composição dos órgãos sociais e a identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos. Adicionalmente, se for aplicável, devem descrever a cadeia de entidades ou indivíduos aos quais as “participações qualificadas” (iguais ou superiores a 5 % do capital social) devem ser imputadas, de forma direta e indireta.

As entidades obrigadas a ter contabilidade organizada devem ainda comunicar informação relativa aos principais fluxos financeiros, clientes relevantes (representantes de 10 % ou mais dos rendimentos) e detentores relevantes dos passivos (representantes de 10 % ou mais dos passivos).

As sociedades comerciais devem ainda elaborar anualmente um relatório sobre as estruturas e práticas de governo societário por si adotadas.

Na Figura 2 são esquematizadas as informações a prestar pelas entidades que prossigam atividades de comunicação social no quadro destas disposições legais.

Fig. 2 - Síntese das informações a comunicar à ERC no âmbito das disposições legais da transparência

<i>Áreas de reporte</i>	<i>Quem comunica?</i>	<i>O quê?</i>	<i>Quando?</i>
<i>Titularidade</i>	<i>Todos os regulados (pessoas coletivas)</i>	<i>Titulares das participações sociais; cadeia de imputação das “participações</i>	<i>Comunicação inicial e atualizações</i>

⁴ Por razões expositivas, o conceito de “órgão de comunicação social” é aqui aplicado em sentido lato, incluindo, por essa razão, os “operadores de distribuição” e as “empresas noticiosas”, que não consistem em OCS numa aceção estrita.

		<i>qualificadas” (iguais ou superiores a 5 %)</i>	
	<i>Titulares e detentores de participações qualificadas</i>	<i>Identificação da cadeia de imputação de “participações qualificadas”; aumento ou redução da percentagem de participação</i>	<i>Atualizações</i>
Gestão	<i>Todos os regulados (pessoas coletivas)</i>	<i>Composição dos órgãos sociais</i>	<i>Comunicação inicial e atualizações</i>
Órgãos de comunicação social	<i>Todos os regulados (pessoas singulares e coletivas)</i>	<i>Identificação dos OCS detidos/editados; identificação do responsável pela orientação editorial e supervisão dos conteúdos</i>	<i>Comunicação inicial e atualizações</i>
Dados financeiros	<i>Regulados (pessoas singulares e coletivas) com contabilidade organizada</i>	<i>Dados financeiros; clientes relevantes e detentores relevantes do passivo</i>	<i>Anualmente, até 30 de abril</i>
Governança corporativa	<i>Sociedades comerciais reguladas</i>	<i>Relatório de governo societário</i>	<i>Anualmente, até 30 de abril</i>

3. CARÁTER PÚBLICO DA INFORMAÇÃO E PEDIDOS DE CONFIDENCIALIDADE

Em 2019, foi lançado o Portal da Transparência, pelo qual são tornados públicos os dados comunicados ao abrigo das disposições legais expostas em cima. Em paralelo, foram decididos os primeiros pedidos de confidencialidade submetidos com fundamento na única exceção que a lei prevê quanto à disponibilização pública, quando invocados “interesses fundamentais dos interessados”.

Deverá começar por se contextualizar que a transparência dos *media* constitui uma nova área de atuação da ERC, por força da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho. Ação reguladora esta com duas vertentes complementares, mas distintas:

1. Na [Plataforma Digital da Transparência](#)⁵ as entidades que prosseguem atividade de comunicação social transmitem diretamente à ERC elementos como: titularidade da propriedade; cadeias de imputação; participações qualificadas; composição dos órgãos sociais ou fluxos financeiros. Esta atividade, exclusivamente entre Regulados e ERC, iniciou-se em 2016, ano imediatamente posterior à entrada em vigor da Lei, e permitiu, nos anos subsequentes, a avaliação e correções dos métodos de reporte anual, dando assim origem ao desenvolvimento das soluções técnicas necessárias à gradual implementação de todo o novo regime da transparência.
2. No [Portal da Transparência](#) a ERC disponibiliza acesso público a essas informações. Recolhida a experiência do funcionamento da Plataforma, e

⁵ A ERC desenvolveu uma plataforma digital, disponível no endereço <https://transparencia.erc.pt> desde 11 de abril de 2016, através da qual os Regulados passaram a comunicar os dados e informações previstas nas disposições legais da transparência.

desenvolvidas as soluções técnicas mais adequadas à implementação da Lei da Transparência, foi então possível disponibilizar, em 2019, o Portal da Transparência.

Ao contrário da Plataforma (exclusiva para Regulados e ERC), o Portal é de acesso público, por força da Lei da Transparência. Obrigação legal que implicou particular atenção à garantia da possibilidade de exercício dos direitos dos Regulados antes da disponibilização ao público dos respetivos dados.

Entre o reporte da informação (na Plataforma) e a sua disponibilização pública (no Portal) medeiam as necessárias análise e validação, mas também a possibilidade de pedido de confidencialidade de parte ou partes dessa informação. Nos termos do artigo 6.º, n.º 1, da Lei da Transparência, a regra geral é o princípio da publicidade – acesso público – da informação reportada, mas os Regulados podem exercer o direito de invocar exceções:

«**A informação transmitida à ERC** nos termos do n.º 1 do artigo 3.º, do artigo 5.º e do artigo 16.º **é de acesso público**, exceto nos casos em que a ERC entenda que interesses fundamentais dos interessados justificam exceções a esse princípio.» (Destacado nosso)

De forma simples, podemos dizer que dados particularmente sensíveis para um Regulado podem, em determinadas circunstâncias, ser objeto de um pedido de confidencialidade que, se aprovado pelo Conselho Regulador da ERC, evita a disponibilização dos elementos cuja confidencialidade foi autorizada, que de outra forma estariam disponíveis à generalidade do público.

Contudo, respeitando o propósito teleológico da Lei da Transparência, nomeadamente a:

1. Promoção da liberdade e do pluralismo de expressão; e a
2. Salvaguarda da independência editorial perante os poderes político e económico, mantém-se como regra geral a publicitação dos elementos referentes à titularidade, gestão e fluxos financeiros das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

Ou seja, só em circunstâncias muito concretas e especiais pode, sob avaliação da ERC, ser admissível a confidencialidade de algum, ou alguns, dados particularmente sensíveis, o que acontece a pedido dos interessados e desde que com detalhada fundamentação, suscetível de configurar uma exceção àquela regra geral de acesso público a essas informações.

Situação que pela primeira vez ocorreu com a finalização do Portal da Transparência e a sua disponibilização pública, agendada para o quarto trimestre de 2019. Duas questões se suscitavam:

- a) A generalidade dos pedidos de confidencialidade submetidos referiam-se a múltiplos anos, entre os exercícios fiscais de 2015 a 2018;
- b) A heterogeneidade da fundamentação sugeria a utilidade de critérios de análise.

Relativamente à multiplicidade de exercícios cobertos por cada pedido individual, o Conselho Regulador da ERC, na sua reunião de 2 de outubro de 2019 e com base no teor de informação e proposta interna, determinou que os dados financeiros anuais a constar

do Portal da Transparência seriam os comunicados a partir de 2018, ou seja, correspondentes a 2017 e 2018.

Relativamente à heterogeneidade da fundamentação, a ERC desenvolveu linhas de orientação para a análise dos inúmeros pedidos de confidencialidade apresentados. Houve, de facto, um elevado número de Regulados que, no momento do reporte anual ou em momento posterior, apresentaram pedidos de confidencialidade. Estes pedidos, como seria expectável no início de um novo regime, foram muito heterogéneos, quer no objeto (elementos cuja confidencialidade era solicitada) quer na sua fundamentação (exposição de motivos e respetiva prova).

Suspensa a publicitação inicial destes elementos (cuja confidencialidade havia sido requerida) no lançamento do Portal da Transparência, a metodologia referida permitiu já ao Conselho Regulador da ERC deliberar sobre 59 pedidos de confidencialidade. Pedidos que, analisados pelos critérios das linhas de orientação infra, foram na sua maioria indeferidos por fundamentação insuficiente na demonstração concreta de potenciais danos a interesses relevantes, pelo que se manteve o princípio geral de divulgação. Os requerentes foram não só notificados antes da publicitação dos elementos em causa, como foi disponibilizada a análise técnica da ERC para, querendo, poderem os interessados contrapor com novos e mais detalhados fundamentos.

A exceção à publicidade dos elementos reportados encontra-se prevista, de forma ligeiramente diferente, mas complementar, na Lei da Transparência e no Regulamento da ERC n.º 348/2016, de 1 de abril (Regulamento):

1. Lei da Transparência – Artigo 6.º, n.º 1:

«A informação transmitida à ERC, nos termos do n.º 1 do artigo 3.º, do artigo 5.º e do artigo 16.º é de acesso público, **exceto nos casos em que a ERC entenda que interesses fundamentais dos interessados justificam exceções a esse princípio.**»

(Destacado nosso)

2. Regulamento – Artigo 8.º, n.º 1:

«**Atendendo à sensibilidade e ao caráter sigiloso de alguns dos dados solicitados, as entidades poderão solicitar à ERC a aplicação do regime de exceção previsto no n.º 1 do artigo 6.º da Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.**»

(Destacado nosso)

Era, desde logo, notório o potencial de interpretações subjetivas pelo que, no Regulamento, se queria uma especificação e uma densificação dos requisitos e procedimento de exercício do direito de requerer a confidencialidade (e não à confidencialidade em si mesma, esta avaliada caso a caso). Isto mesmo resultava dos n.ºs 2 e 4 deste mesmo artigo 8.º do Regulamento:

«2 – O **pedido** deverá **indicar expressamente os dados** que a empresa não pretende ver divulgados, **bem como as razões** que estão na base do pedido de não divulgação pública dessa informação. (...)

4 – **A ERC poderá rejeitar o pedido** de aplicação do regime de exceção, desde que por motivos devidamente fundamentados, devendo informar a entidade dessa situação antes da publicação da informação em causa.»
(Destacado nosso)

Assim, para um tratamento o mais objetivo, uniforme e justo possível desses pedidos revelou-se necessário definir linhas de orientação e critérios para a avaliação da pertinência de cada caso submetido à decisão da ERC. Com esse propósito, na sua reunião de 11 de dezembro de 2019, o Conselho Regulador da ERC aprovou as considerações e os critérios iniciais, agora condensados em Orientações, para a avaliação de pedidos de confidencialidade.

Nos pontos seguintes sistematizam-se as linhas de orientação esboçadas na fase inicial de apreciação dos pedidos de confidencialidade. Deverá acentuar-se que se trata de linhas de orientação e não de critérios fechados e rígidos, pelo que se assinala o seu caráter evolutivo, além de que não fica dispensada a apreciação caso a caso.

Estas orientações reconhecem, desde logo, o imperativo decorrente da Lei de proteção de dados pessoais. Dados estes frequentemente constantes de reportes que, cumprindo as exigências declarativas da Lei da Transparência, vão muito para além destas e incluem elementos pessoais não solicitados. Naturalmente, até por imperativo legal, os dados pessoais que, constando de reporte, vão para além das exigências do regime da transparência⁶, são expurgados (independentemente até de pedido, note-se) dos elementos a publicar no Portal da Transparência, de acesso público.

Cabe posteriormente à ERC proceder a avaliação dos restantes elementos que, não caindo na esfera da lei de proteção de dados pessoais, possam, eles mesmos, constituir informações de natureza confidencial. Nestes casos os Regulados deverão, portanto, enunciar as razões concretas que os assistem para que a ERC possa analisar os “interesses fundamentais dos interessados” invocados para justificar a exceção à disponibilização pública.

Ponderados globalmente os argumentos efetivamente apresentados, foi possível definir linhas de orientação sobre a apreciação dos pedidos de confidencialidade, com o objetivo de contribuir para operacionalizar a elaboração das informações técnicas e apoiar o Conselho Regulador na decisão.

Atentando na substância dos pedidos de confidencialidade já submetidos à ERC, identificam-se algumas regularidades. A mais elevada percentagem dos requerimentos incide sobre:

- i. Comunicação dos dados financeiros;
- ii. Identificação de “clientes relevantes”; e
- iii. Identificação de “detentores relevantes do passivo”.

⁶ E.g. se a publicitação da identificação do responsável editorial de uma publicação é obrigatória, já a identificação da sua residência pessoal que possa estar contida num reporte será, claramente, um dado pessoal protegido, sendo expurgado da informação tornada pública.

Os requerentes invocam, genericamente, a sensibilidade dos dados e antecipam impactos negativos resultantes da sua divulgação, relacionados com estratégias de negócio, estruturas de receitas e a sustentabilidade económico-financeira do meio, em particular em mercados locais.

São minoritários os pedidos de confidencialidade que abarcam outras áreas da comunicação obrigatória, como:

- i. As participações sociais;
- ii. A composição dos órgãos sociais; e
- iii. Os relatórios de governo societário.

Nestes casos, as preocupações centram-se na proteção de dados pessoais.

Várias entidades abrangidas pela Lei da Transparência que não prosseguem a comunicação social como atividade principal solicitam confidencialidade com base nesta circunstância, de ser outro o seu objeto social dominante e marginal o peso da comunicação social.

A exposição das orientações adotadas para análise dos pedidos de confidencialidade organiza-se em torno das áreas categoriais, acima elencadas, mais comumente solicitadas para reserva de informação:

- a) **Dados financeiros gerais** (Lei da Transparência — Artigo 5.º, n.ºs 1 e 2; Regulamento da ERC - Artigo 3.º, n.º 1). Incluindo: capital próprio; ativo total; passivo total; resultados operacionais/resultados antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos; resultados líquidos; montantes dos rendimentos totais; montantes dos passivos totais no balanço; montantes totais dos passivos contingentes com impacto material nas decisões económicas.

Por princípio, **estes indicadores devem ser sempre divulgados**. Trata-se de informações que poderão ser consultadas em balanços e demonstrações de resultados e às quais se tem acesso através de outras instituições como, por exemplo, o Ministério da Justiça (máxime Instituto dos Registos e Notariado) ou a Autoridade Tributária.

- b) Dados financeiros: **entidades em que a atividade principal não é a comunicação social**.

O sentido indicado na alínea anterior de publicitação abrange as entidades que não prosseguem a comunicação social como atividade principal, mas que conseguem autonomizar a contabilidade do órgão de comunicação social e reportar os indicadores financeiros correspondentes.

Porém, a apreciação dos pedidos de confidencialidade submetidos por estas entidades, mas que não conseguem desagregar a informação financeira relativa à comunicação social, dependerá do peso e da importância da comunicação social na sua atividade e objetivos estratégicos. Ponderação que, tendo como peça basilar a contabilidade geral da empresa (a atividade de comunicação social nunca poderá ultrapassar 10 % das receitas totais), não deixará de considerar outras variáveis (e.g.: tiragem/circulação/audiências disponíveis) tendo em vista aferir o capital de

influência do órgão de comunicação social. O mesmo procedimento aplicar-se-á em relação a pedidos idênticos apresentados por pessoas singulares com contabilidade organizada e em que a comunicação social não seja a atividade principal.

Quando a proporção da comunicação social nas receitas de exploração globais forem residuais, e após considerar o capital de influência do órgão de comunicação social em concreto, a reserva desta informação não prejudicará os objetivos legais da transparência.

Refira-se ainda, a título exemplificativo, que eventuais pedidos de confidencialidade relativos a pessoas singulares com contabilidade organizada visam proteger a desnecessária exposição de toda a sua contabilidade (também pessoal), conexas ou não com o sector de comunicação social. Não obstante, é sempre necessário apreciar estas situações caso a caso.

c) **Clientes relevantes e detentores relevantes do passivo** (Lei da Transparência - Artigo 5.º, n.º 3; Regulamento da ERC - Artigo 3.º, n.º 2).

A ERC é sensível a que a divulgação destes detalhes de natureza financeira e comercial poderá ser melindrosa e colocar em causa estratégias e práticas concorrenciais, particularmente em mercados locais. O que reforça a obrigatoriedade de estes pedidos conterem uma descrição minuciosa da previsão dos impactos negativos concretos que a divulgação acarretará, em termos da sustentabilidade financeira e do segredo de negócio.

Com efeito, é indiscutivelmente propósito da Lei da Transparência dar a conhecer ao público em geral a identidade desses clientes relevantes, ou detentores relevantes de passivo, para que cada cidadão possa avaliar ou suscitar dúvidas quanto à salvaguarda da independência editorial.

Motivo pelo qual **não deverá ser adotada uma posição abrangente de aceitação da confidencialidade destes dados, mas antes analisando casuisticamente** sempre que aquelas dúvidas possam ser suscitadas (e não apenas quando de facto já se colocarem) face a eventuais perdas concorrenciais quantificáveis. Num outro sentido, o envolvimento de **entidades públicas**, enquanto clientes relevantes ou detentores de passivo, implica já a publicitação da respetiva contratação, pelo que a sua publicação não justifica, em princípio, a sua confidencialidade. O mesmo sucede, em princípio, quando se trata de entidades pertencentes ao mesmo grupo de empresas.

d) **Titularidade** (direta e indireta) das entidades que prosseguem atividades de comunicação social.

A titularidade das entidades que prosseguem atividades de comunicação social deverá ser **sempre comunicada e publicada**, seja de pessoas singulares seja de pessoas coletivas, societárias ou não societárias.

No entanto, por razões de proteção de dados pessoais, na **situação das pessoas coletivas de forma não societária cuja atividade principal não é a comunicação social** (por exemplo, associações, cooperativas ou fundações), a ERC considerará a

comunicação suficiente, dispensando, em razão do elevado número, a publicitação da identificação de todos os titulares das participações sociais. Esta apreciação é independente da solicitação de um pedido de confidencialidade.

e) Composição dos órgãos sociais.

A ERC não encontra fundamento para que qualquer pessoa coletiva que prossiga uma atividade de comunicação social não torne pública a identidade dos órgãos sociais, que **devem ser sempre divulgados**.

f) Dados sobre o órgão de comunicação social.

A ERC não encontra fundamento para não tornar públicos os dados sobre os órgãos de comunicação social (designação, tipologia e identificação do responsável editorial), que **devem ser sempre divulgados**.

g) Relatórios de governo societário (Lei da Transparência – Artigo 16.º; Regulamento da ERC – Artigo 5.º).

Considerando a diversidade e o detalhe da informação a incluir no relatório de governo societário, a apreciação dos pedidos de confidencialidade será sempre efetuada **caso a caso**.

Deverá ressaltar-se que, sendo estes documentos submetidos na Plataforma da Transparência em formato PDF, por razões de proteção de dados pessoais, só serão disponibilizados mediante pedido de consulta devidamente fundamentado. Estes documentos poderão ser sujeitos a expurga de dados de natureza pessoal previamente à sua disponibilização para consulta.

Sem prejuízo do seu carácter evolutivo, estas linhas de orientação têm já provado a sua utilidade, nomeadamente pela afirmação da necessidade de concretização exemplificativa, na fundamentação dos pedidos, de eventuais danos *vis-à-vis* a excecionalidade solicitada. Afastando assim, na análise casuística, a aceitação de invocações genéricas, vagas e não circunstanciadas de alegados efeitos prejudiciais decorrentes da aplicação do regime geral da publicitação.

4. ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES COMUNICADAS PELOS REGULADOS

Neste ponto apresenta-se uma visão panorâmica dos elementos comunicados pelos Regulados na Plataforma da Transparência e exibidos publicamente no Portal da Transparência.

Previamente, em termos metodológicos na sistematização destes elementos, deve salvaguardar-se que o setor da comunicação social em Portugal é dinâmico, com permanentes alterações que afetam o universo de entidades que prosseguem atividades de comunicação social, bem como de órgãos de comunicação social ativos. O retrato traçado está necessariamente ancorado a um referente temporal, tendo a informação sido extraída a **15 de junho de 2020**.

Apenas os elementos financeiros são relativos ao exercício de 2018, considerando a indisponibilidade de indicadores para 2019 no momento de elaboração do capítulo, devido ao alargamento do prazo para este reporte justificado pelo impacto da crise pandémica.

Os dados apresentados neste subponto dizem respeito a entidades que **detêm diretamente** órgãos de comunicação social, ou seja, aquelas que se registam, em primeira instância, na Plataforma Digital da Transparência. Designamos estas entidades por “entidades-base”.

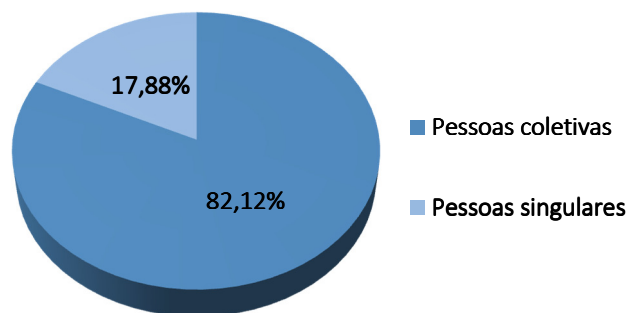
É a este nível que são comunicados os titulares de órgãos sociais, os dados financeiros, relatórios de governo societário e a titularidade direta das participações sociais. É também a partir deste nível que são reconstituídas cadeias de titularidade indireta, quando estão em causa “participações qualificadas”.

4.1 Características genéricas das entidades registadas na Plataforma Digital da Transparência

Fazendo um ponto de situação do reporte à ERC, a 15 de junho de 2020 o Portal da Transparência disponibilizava informações sobre um total de 1426 **entidades que prosseguem atividades de comunicação social, detentoras diretas de 1778 órgãos de comunicação social**.

Um total de 82,1 % destas entidades corresponde a pessoas coletivas e 17,9 % a pessoas singulares, detendo estas últimas publicações periódicas ou serviços de rádio e de televisão distribuídos exclusivamente pela Internet (os únicos tipos de OCS que podem ser detidos por singulares) (Figura 3).

Fig. 3 - Pessoas singulares e coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (15.06.2020)

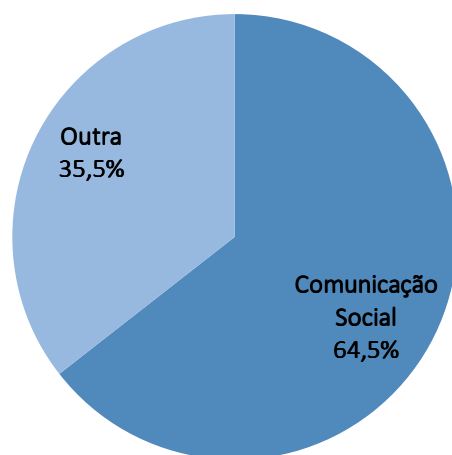


Fonte: ERC - Portal da Transparência

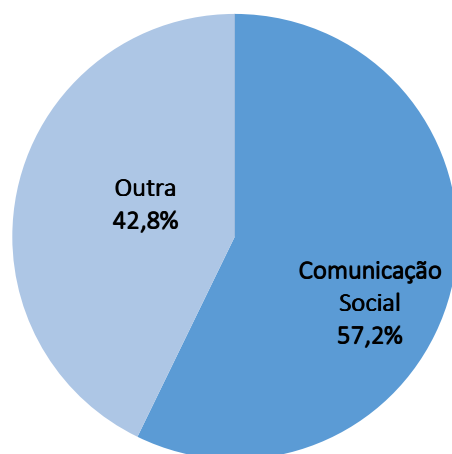
Um conjunto de **58,1 % das entidades registadas tem como atividade principal a comunicação social**⁷. Se olharmos apenas para as pessoas coletivas registadas, esse valor desce para os 57,9 %; no que se refere às pessoas singulares sobe para 65 % (Figura 4).

⁷ É solicitado às entidades registadas na Plataforma da Transparência que indiquem se a sua atividade principal é a “comunicação social” ou “outra”.

Fig. 4 - Atividade principal das pessoas singulares e coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (15.06.2020)
Pessoas Singulares



Pessoas Coletivas

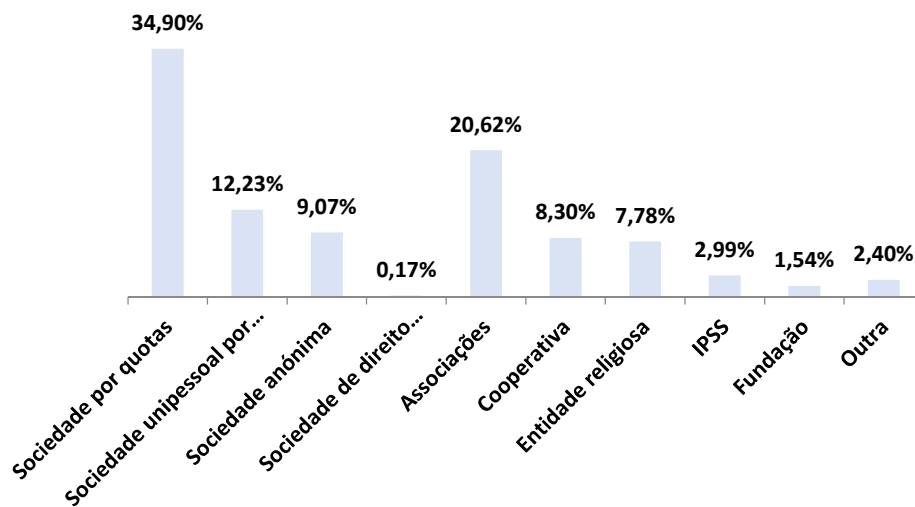


Fonte: ERC - Portal da Transparência

Numa caracterização do “tipo de sociedade” das entidades que prosseguem atividades de comunicação social, predominam as sociedades comerciais como figuras jurídicas (54,4 %). As principais pessoas coletivas de forma não societária são as associações e, a larga distância, as cooperativas e as entidades religiosas.

Assim, as sociedades por quotas constituem o principal tipo de pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (34,9 %), seguindo-se as associações (20,6 %), as sociedades unipessoais por quotas (12,2 %), as sociedades anónimas (9,1 %), as cooperativas (8,3 %) e as entidades religiosas (7,8 %), que correspondem, sobretudo, a fábricas de igreja (16,1 %, somadas). As demais figuras jurídicas são residuais (Figura 5).

Fig. 5 - Tipo de sociedade das pessoas coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (15.06.2020)

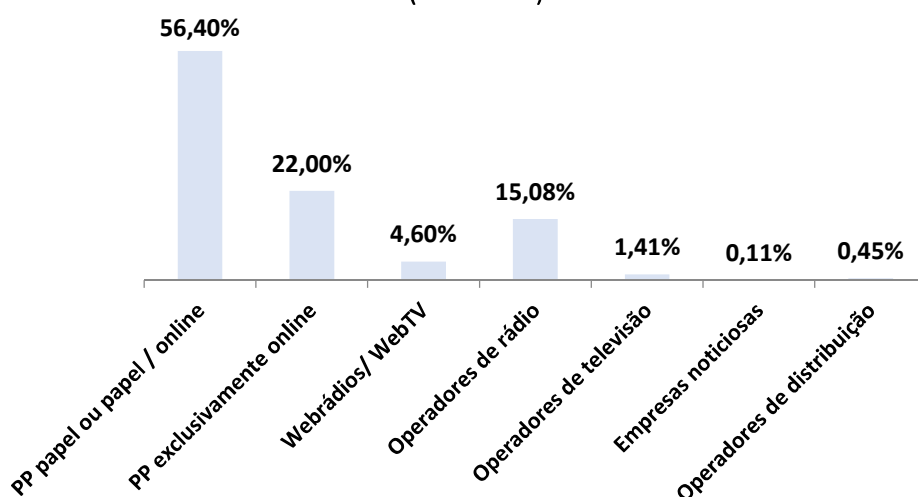


Fonte: ERC – Portal da Transparência

A categoria “Outra” inclui Comunidade intermunicipal; Federação; Herança indivisa; Instituto; Junta de freguesia; Município; Ordem profissional; Partido político; Pessoa coletiva de direito público; e Sindicato / organização sindical.

As publicações periódicas (PP) em suporte papel ou papel/*online* são o principal tipo de órgão de comunicação social detido pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social (56,4 %)⁸. Seguem-se os meios *online* (26,6 %), que correspondem a projetos editoriais digitais: publicações periódicas exclusivamente *online* (22 %)⁹ e webrádios ou webTV (4,6 %). Os operadores de rádio representam 15,1 % dos OCS registados. Por comparação, é residual o número de operadores de televisão, agências noticiosas e operadores de distribuição registados, apesar de corresponderem a algumas das maiores empresas do setor (Figura 6).

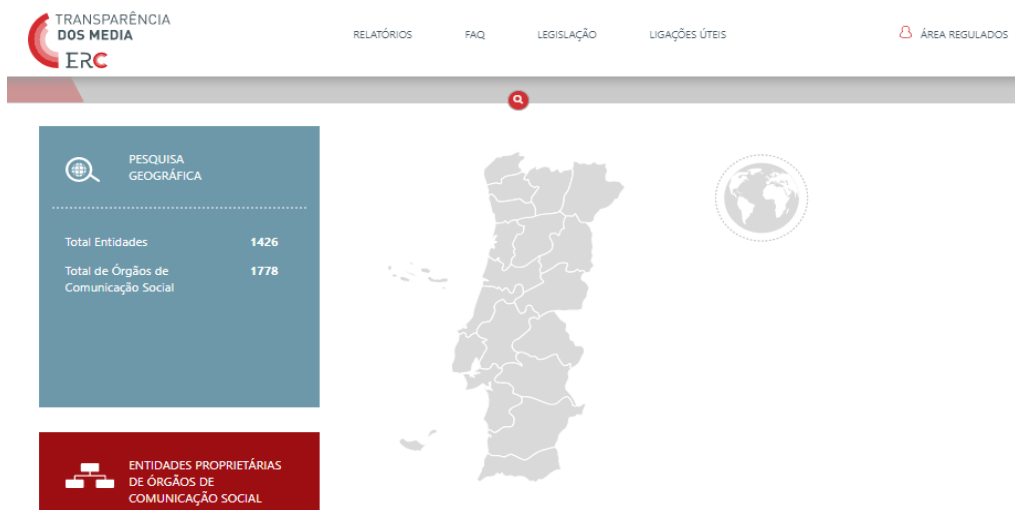
Fig. 6 - Tipos de OCS detidos pelas entidades que prosseguem atividades de comunicação social (15.06.2020)



Fonte: ERC - Portal da Transparência

⁸ Categoria “PP papel ou papel/*online*”, que compreende publicações periódicas registadas na ERC em suporte “papel” ou “papel e *online*”.

⁹ Categoria “PP exclusivamente *online*”, que compreende publicações periódicas apenas em suporte *online*.



Os distritos do litoral, com destaque para Lisboa e Porto, concentram o maior número de entidades de comunicação social e de OCS: Lisboa com 35,4 % das entidades proprietárias/editoras e 40,6 % dos OCS; Porto com cerca de 12 % das entidades proprietárias/editoras e dos OCS. Em sentido contrário, Beja e Bragança correspondem aos distritos com menor número de entidades proprietárias/editoras e OCS. Aproximadamente 5 % das entidades proprietárias/editoras e 4,6 % dos OCS estão sediados nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (Figura 7).

Fig. 7 - Origem geográfica das entidades que prosseguem atividades de comunicação social e dos OCS (15.06.2020)

<i>Distrito / Região</i>	<i>Entidades detentoras / editoras (%)</i>	<i>OCS (%)</i>
<i>Aveiro</i>	<i>4,71</i>	<i>4,22</i>
<i>Beja</i>	<i>1,12</i>	<i>1,01</i>
<i>Braga</i>	<i>5,55</i>	<i>5,86</i>
<i>Bragança</i>	<i>1,12</i>	<i>0,96</i>
<i>Castelo Branco</i>	<i>1,97</i>	<i>1,63</i>
<i>Coimbra</i>	<i>4,85</i>	<i>4,56</i>
<i>Évora</i>	<i>1,90</i>	<i>1,69</i>
<i>Faro</i>	<i>3,58</i>	<i>3,32</i>
<i>Guarda</i>	<i>1,62</i>	<i>1,35</i>
<i>Leiria</i>	<i>3,30</i>	<i>3,15</i>
Lisboa	35,42	40,60
<i>País estrangeiro</i>	<i>0,14</i>	<i>0,00</i>
<i>Portalegre</i>	<i>1,26</i>	<i>1,01</i>
<i>Porto</i>	<i>12,44</i>	<i>12,33</i>
<i>Região Autónoma da Madeira</i>	<i>1,83</i>	<i>1,75</i>
<i>Região Autónoma dos Açores</i>	<i>3,23</i>	<i>2,82</i>
<i>Santarém</i>	<i>4,43</i>	<i>3,72</i>
<i>Setúbal</i>	<i>3,72</i>	<i>3,32</i>
<i>Vila Real</i>	<i>1,34</i>	<i>1,13</i>
<i>Viana do Castelo</i>	<i>2,67</i>	<i>2,14</i>
<i>Viseu</i>	<i>3,79</i>	<i>3,43</i>
<i>Total</i>	<i>100,00</i>	<i>100,00</i>

Fonte: ERC - Portal da Transparência

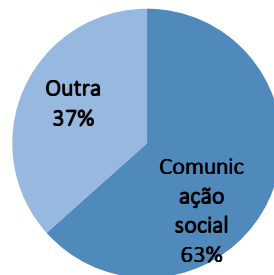
4.2 Desempenho financeiro das entidades que prosseguem atividades de comunicação social

Debruçamo-nos agora sobre o leque das entidades que reportaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social (entidades em que a comunicação social é a atividade principal ou que, sendo outra, reportaram dados financeiros desagregados referentes à atividade de comunicação social). Nos parágrafos seguintes, a exposição centra-se no indicador “ativo total”¹⁰.

Como referido, tendo presente a crise pandémica que assola o mundo, o prazo para comunicação de informação financeira anual, ao abrigo da Lei da Transparência, foi alargado até 31 de julho de 2020, pelo que a amostra de dados colecionada até à data de conclusão do capítulo foi avaliada como manifestamente insuficiente para realizar uma análise que minimamente traduzisse a situação do setor como um todo em 2019. Por esta razão, optou-se por apresentar alguma informação-chave relativa a 2018, que será oportunamente atualizada e complementada, em função da obtenção mais alargada de dados financeiros¹¹.

Sendo o setor de comunicação social altamente granular, 63 % das entidades que reportaram informação financeira relativa a 2018 têm como objeto principal a comunicação social, referindo-se os restantes 37 % a entidades com outra atividade principal (Figura 8). Destas últimas, apenas 5 % conseguiram autonomizar, para efeitos de reporte financeiro, a atividade de comunicação social, transmitindo as restantes 95 % indicadores financeiros para a sua atividade consolidada.

Fig. 8 - Atividade principal das entidades que prosseguem atividades de comunicação social que reportaram informação financeira em 2018



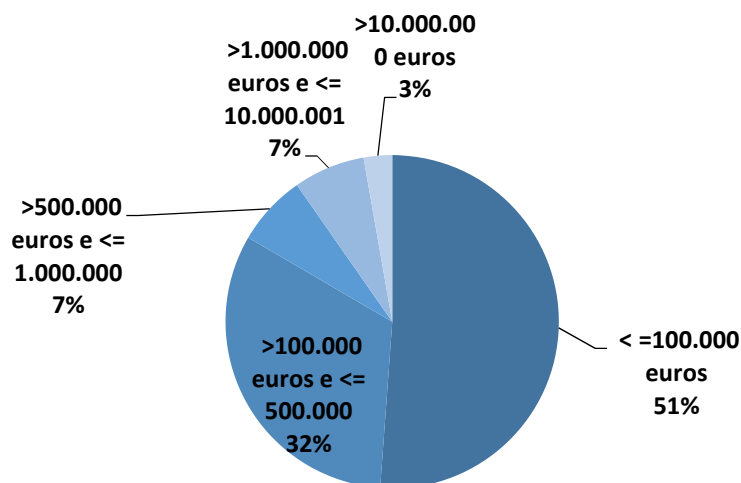
Fonte: Elaboração própria. ERC – Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019).

¹⁰ Termo contabilístico que reflete os bens que a pessoa coletiva detém e os direitos sobre terceiros. Corresponde à soma do ativo corrente (ativos de curto prazo de uma entidade, tais como inventários, ativos biológicos, clientes, adiantamentos a fornecedores, Estado e outros entes públicos, acionistas/sócios, outras contas a receber, diferimentos, ativos financeiros detidos para negociação, outros ativos financeiros, ativos não correntes detidos para venda, caixa e depósitos bancários) e do ativo não corrente (ativos de médio e longo prazo de uma entidade, tais como ativos fixos tangíveis, propriedades de investimento, *goodwill*, ativos intangíveis, ativos biológicos, participações financeiras, acionistas e sócios, outros ativos financeiros e ativos por impostos diferidos). O ativo total permite aferir a escala das operações de uma entidade independentemente da sua saúde financeira, ou seja, de se tratar de uma empresa muito ou pouco endividada ou de as suas operações serem ou não rentáveis e gerarem ou não entradas e/ou saídas efetivas de caixa.

¹¹ Nomeadamente, no âmbito da Análise Económico-Financeira do Setor de *Media* em Portugal – 2019, com data prevista de publicação em setembro de 2020.

As empresas do setor são, na generalidade, de pequena dimensão. Quando se observa a dimensão do ativo constata-se que 51 % das entidades que reportaram dados financeiros relativos à atividade de comunicação social em 2018 apresentaram um ativo inferior a 100 mil euros (Figura 9).

Fig. 9 - Dimensão por ativo das entidades que prosseguem atividades de comunicação social que reportaram informação financeira em 2018



Fonte: Elaboração própria. ERC – Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019).

As empresas de grande dimensão têm bastante peso no setor: as empresas com ativos superiores a 100 milhões de euros representaram 73 % dos ativos totais reportados na Plataforma da Transparência e afetos à atividade de comunicação social, que ascenderam a 1,2 mil milhões de euros, em 2018. As empresas com ativos de maior dimensão correspondem aos operadores de televisão, que são também os menos numerosos, com ativos médios de 31 milhões de euros. As publicações periódicas e os operadores de rádio apresentaram ativos médios entre os 2 e os 2,5 milhões de euros, respetivamente. As empresas que combinaram atividade de televisão e imprensa registaram ativos médios de 54 milhões de euros. A RTP, operador de rádio e de televisão de serviço público, apresentou, em 2018, ativos de 321,7 milhões de euros (Figura 10).

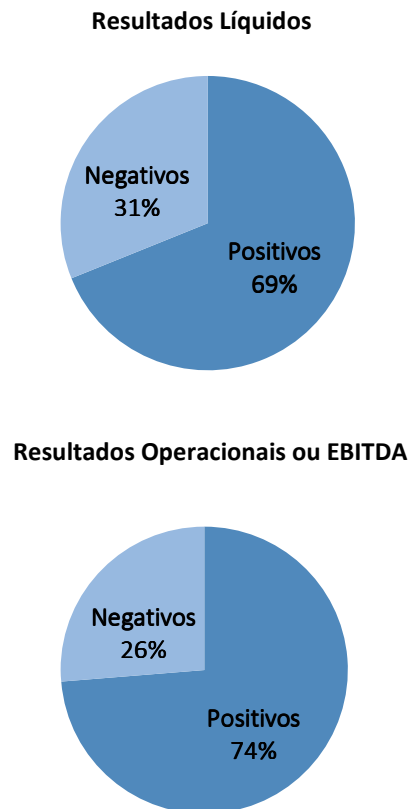
Fig. 10 - Entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social em 2018



Fonte: Elaboração própria. ERC – Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019).

Em geral, pode dizer-se que, em 2018, o setor foi rentável: cerca de 69 % das empresas de comunicação social, ou que conseguiram autonomizar essa atividade nas suas contas, apresentaram resultados líquidos positivos e 74 % delas apresentaram Resultados Operacionais ou Resultados Antes de Custos Financeiros, Impostos, Depreciações e Amortizações (EBITDA) também positivos (Figura 11).

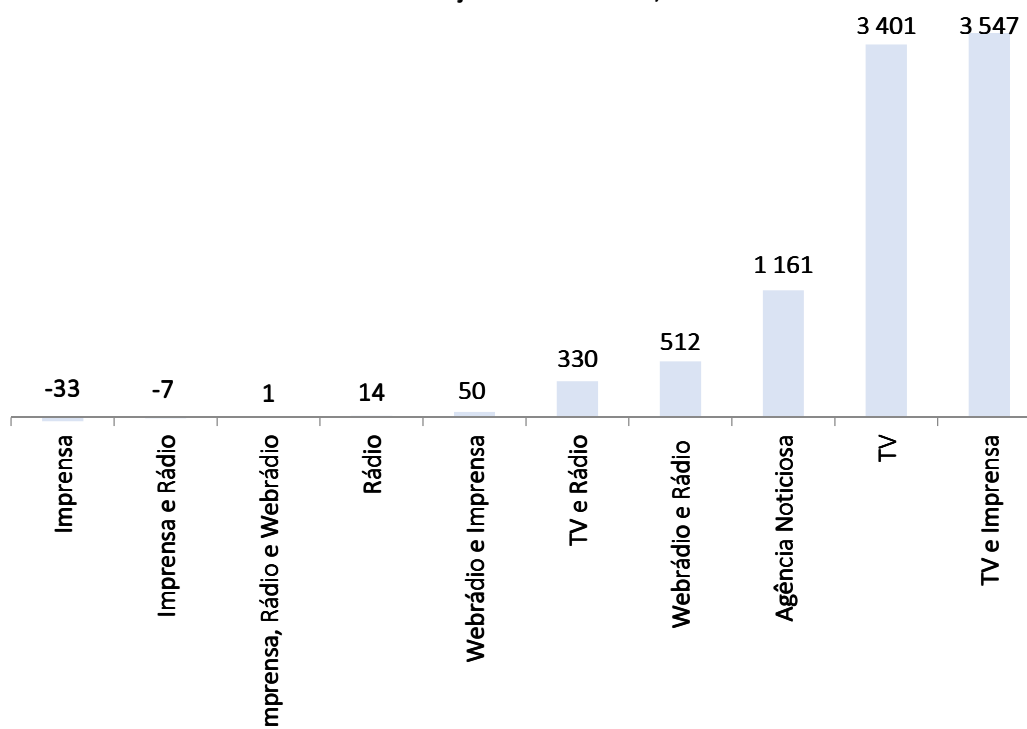
Fig. 11 - Entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social em 2018



Fonte: Elaboração própria. ERC – Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019).

Em 2018, as empresas de comunicação social encontravam-se bastante endividadas, uma vez que a proporção de capitais próprios em relação aos ativos continuou bastante baixa, abaixo dos 50 % na maioria dos casos. De salientar que a informação relativa ao segmento de televisão e rádio é influenciado negativamente pelo facto de a RTP ter capitais próprios negativos e ser uma empresa de grande dimensão no enquadramento setorial português (Figura 12).

Fig. 12 - Resultados líquidos médios por segmento das entidades que reportaram informação financeira relativa à comunicação social em 2018, em milhares de €

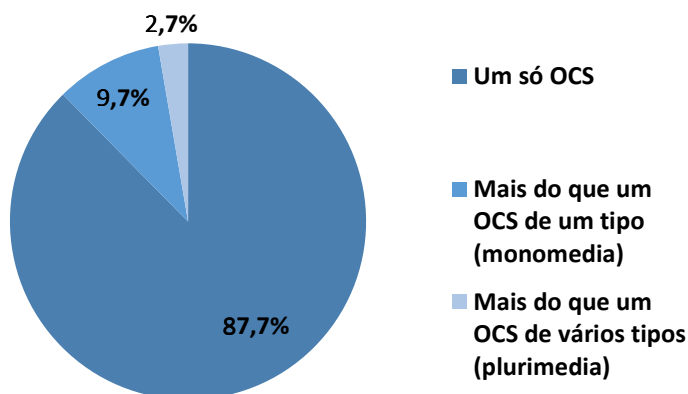


Fonte: Elaboração própria. ERC – Plataforma Digital da Transparência (03.06.2019).

4.3 Concentração de órgãos de comunicação social

A grande maioria das entidades-base de comunicação social (87,7 %) detém um único órgão de comunicação social, apresentando, nesta dimensão, um baixo nível de concentração. As restantes 12,3 % possuem mais do que um órgão de comunicação social, usualmente de um só tipo (publicações periódicas e, em apenas uma situação, webrádios). Uma minoria das entidades possui um portefólio em que combina órgãos de comunicação social de diferentes tipos (Figura 13).

Fig. 13 - N.º de OCS das pessoas singulares e coletivas que prosseguem atividades de comunicação social (15.06.2020)



Fonte: ERC – Portal da Transparência

As entidades de comunicação social com mais do que um OCS de um só tipo (monomedia) foram identificadas essencialmente na área da imprensa e estão concentradas no distrito de Lisboa. Um total de quatro editores possui mais do que dez publicações periódicas (Figura 14).

Fig. 14 - N.º de OCS de um só tipo detidos pelas entidades de comunicação social (15.06.2020)

<i>Entidade-base proprietária / editora</i>	<i>N.º e tipo de OCS</i>	<i>Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora</i>
Fabiano de Abreu Rodrigues	2 publicações periódicas	Aveiro
Santa Casa da Misericórdia da Mealhada	2 publicações periódicas	Aveiro
JOTA CBS - Comunicação e Imagem, Lda.	2 publicações periódicas	Beja
Alive, Comunicação e Meios, Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Braga
Arcada Nova - Comunicação Marketing e Publicidade, S.A.	2 publicações periódicas	Braga
Associação de Estudos de Direito Regional e Local – AEDRL	3 publicações periódicas	Braga
CEJUR - Centro de Estudos Jurídicos do Minho	3 publicações periódicas	Braga
Eliseu Sampaio Publicidade Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Empresa do Diário do Minho, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Press F1, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Publicações Da Costa, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
Relatos Obrigatórios, Lda.	2 publicações periódicas	Braga
RVJ Editores, Lda	2 publicações periódicas	Castelo Branco
Adriano Lucas, Lda.	11 publicações periódicas	Coimbra
Communis Missio - Instituto Diocesano de Comunicação	2 publicações periódicas	Coimbra
Formasau - Formação e Saúde, Lda.	2 publicações periódicas	Coimbra
Gestlegal - Consultoria e Serviços, Lda.	2 publicações periódicas	Coimbra
Sociedade Fechada, Lda.	2 publicações periódicas	Coimbra
Hugo Miguel Ramalho Calado	2 publicações periódicas	Évora
Goldenhouse - Mediação Imobiliária, Edição e Comércio de Jornais, Lda.	2 publicações periódicas	Faro
JL Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Faro
Open Media - Design e Publicações, S.A.	3 publicações periódicas	Faro
Press Roma - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Faro
Medioeste, Lda.	3 publicações periódicas	Leiria
Associação de Professores de Matemática	2 publicações periódicas	Lisboa
Associação dos Profissionais de Educação de Infância	2 publicações periódicas	Lisboa
Automóvel Club de Portugal	2 publicações periódicas	Lisboa
Avalanche de Sonhos, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Bloco de Esquerda	2 publicações periódicas	Lisboa
Causa de Beatificação e Canonização do Servo de Deus Padre Francisco da Cruz, S.J.	2 publicações periódicas	Lisboa
Cedilhimportante Publicidade, Edições e Artes Gráficas Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
CEU-Cooperativa de Ensino Universitário, CRL	4 publicações periódicas	Lisboa
Edições do Gosto - Publicações, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Cinco Um Zero, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
CIP - Confederação Empresarial de Portugal	2 publicações periódicas	Lisboa
CrocodiloMedia, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Confederação dos Agricultores de Portugal	2 publicações periódicas	Lisboa
Deco Proteste Editores, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa

Edições Moraes Sarmento, Unipessoal, Lda.	5 publicações periódicas	Lisboa
Editorial Avante, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Editorial Grupo V - Portugal, Lda.	6 publicações periódicas	Lisboa
Federação Portuguesa de Futebol	2 publicações periódicas	Lisboa
Grenke Renting, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Hollyfar - Marcas & Comunicação, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
IF Executives-Edições e Formação, S.A.	8 publicações periódicas	Lisboa
Impresa Publishing, S.A.	3 publicações periódicas	Lisboa
Induglobal - Publicações, Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Instituto de Direito Económico, Financeiro e Fiscal	2 publicações periódicas	Lisboa
Instituto de Direito Privado	3 publicações periódicas	Lisboa
Invesporte - Editora de Publicações, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
João Vieira Publicações Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Liga dos Combatentes	3 publicações periódicas	Lisboa
Liga Operária Católica - Movimento de Trabalhadores Cristãos	2 publicações periódicas	Lisboa
Light House Editora, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Lobo do Mar-Sociedade Editorial, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Masemba, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Media Capital Digital, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Medianext Professional Information, Lda.	5 publicações periódicas	Lisboa
Metáforas e Parábolas, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Missionários Combonianos do Coração de Jesus	3 publicações periódicas	Lisboa
Montepio Geral - Associação Mutualista	4 publicações periódicas	Lisboa
Multipublicações, Lda.	7 publicações periódicas	Lisboa
Mundo Português - Sociedade Jornalística, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
My Guide - Novos Meios de Comunicação, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa
Newsplex, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A.	6 publicações periódicas	Lisboa
Nova Terra, Empresa Editorial, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Ordem dos Médicos	2 publicações periódicas	Lisboa
Ordem dos Solicitadores e dos Agentes de Execução	2 publicações periódicas	Lisboa
ORMP - Pós-Venda Média, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Página a Página - Divulgação do Livro, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Paulus -Editora Sociedade Unipessoal, Lda	3 publicações periódicas	Lisboa
PFM-Press, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Plot Content Agency, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa
Polimeios-Produção de Meios, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Press Forum, Comunicação Social, S.A.	2 publicações periódicas	Lisboa
Presspeople - Edição de Publicações, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Província Portuguesa da Sociedade Salesiana - Corporação Missionária	2 publicações periódicas	Lisboa
Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
PurpleSummer Media & Events, Unipessoal, Lda	2 publicações periódicas	Lisboa
RBA Revistas Portugal, Unipessoal, Lda.	5 publicações periódicas	Lisboa
Renascença Gráfica, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Sociedade Portuguesa de Matemática	2 publicações periódicas	Lisboa
Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa

Sogae Editora, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
TERRA DE LETRAS- Comunicação Unipessoal, Lda.	4 publicações periódicas	Lisboa
Time Out Portugal Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Trust in News, Unipessoal, Lda.	16 publicações periódicas	Lisboa
Universidade Católica Portuguesa	5 publicações periódicas	Lisboa
Vias do Futuro - Tecnologias de Informação, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Voz Ribatejana, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Workmedia - Comunicação, S.A.	4 publicações periódicas	Lisboa
WorldImpala.Net, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Young Direct Media, Lda.	2 publicações periódicas	Lisboa
Zenelly Publishing Publicações, Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Lisboa
Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	5 publicações periódicas	Lisboa
Ana Cristina Pereira Chaveiro	2 publicações periódicas	Lisboa
Jacques da Conceição Rodrigues	11 publicações periódicas	Lisboa
Joaquim Filipe Ramalho de Sousa Esménio	2 publicações periódicas	Lisboa
Luís Fernando da Silva De Sampaio Howell	2 publicações periódicas	Lisboa
Adclick, S.A.	2 publicações periódicas	Porto
Associação de Estudantes da Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto	2 publicações periódicas	Porto
CIE - Comunicação e Imprensa Especializada, Lda.	6 publicações periódicas	Porto
CVRVV-Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	2 publicações periódicas	Porto
Edições Carmelo - Edição de Publicações, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Editora Códigopro - Edição de Publicações Periódicas, Unipessoal, Lda.	5 publicações periódicas	Porto
Emibra-- Publicidade e Consultadoria de Gestão, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Engenho e Média, Lda.	4 publicações periódicas	Porto
Federação Portuguesa de Voleibol	2 publicações periódicas	Porto
Imoedições - Edições Periódicas e Multimédia, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Global Notícias - Media Group, S.A.	15 publicações periódicas	Porto
Instantestrela, Lda.	4 publicações periódicas	Porto
Instituto Superior Politécnico Gaya	2 publicações periódicas	Porto
News Mind - Edições Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
O Informador Fiscal (OIF) - Edições Técnicas, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
PM Media - Comunicação, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Porto Editora, S.A.	2 publicações periódicas	Porto
Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Publireferência, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Vivacidade - Sociedade de Comunicação Social, S.A.	2 publicações periódicas	Porto
We Do Com, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Porto
Clever Advertising, Lda.	2 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira
Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A.	3 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira
Ponte Editora, Sociedade, Unipessoal, Lda.	5 publicações periódicas	Região Autónoma da Madeira
Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.	3 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Criativaçores, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Gráfica Açoreana, Lda.	2 publicações periódicas	Região Autónoma dos Açores
Ana Rita Melo Pereira	2 webrádios	Região Autónoma dos Açores

ATAM - Associação dos Trabalhadores da Administração Local	2 publicações periódicas	Santarém
Congregação das Irmãs Reparadoras de Nossa Senhora de Fátima	2 publicações periódicas	Santarém
Secretariado Nacional do Rosário	2 publicações periódicas	Santarém
Pressworld Meios de Comunicação & Informação, Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Setúbal
UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	3 publicações periódicas	Setúbal
Jorge Manuel Martins Caseiro	2 publicações periódicas	Setúbal
Open Media Europe - Sociedade Editora, S.A.	3 publicações periódicas	Viana do Castelo
Difundir&Divulgar, Lda.	2 publicações periódicas	Vila Real
Figueiredo, Correia & Monteiro, Lda.	2 publicações periódicas	Vila Real

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Do universo das entidades que detêm mais do que um órgão de comunicação social de diferentes tipos (plurimedia), a combinação mais comum agrega rádio e imprensa. Uma pequena percentagem realiza outras conjugações ou edita mais do que dois tipos distintos de OCS (Figura 15).

Fig. 15 - N.º de OCS de mais do que um tipo detidos pelas entidades de comunicação social (15.06.2020)

<i>Entidade-base proprietária / editora</i>	<i>N.º e tipo de OCS</i>	<i>Distrito / Região da entidade-base proprietária / editora</i>
Comissão de Melhoramentos de Esmeriz	1 publicação periódica	Aveiro
Rádio Soberania, Empresa de Radiodifusão, Lda.	1 operador de rádio	Aveiro
Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/Sociedade Missionária da Boa Nova	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Aveiro
Associação Académica da Universidade do Minho	3 publicações periódicas 1 webrádio	Aveiro
Círculo de Cultura Famalicense	1 publicação periódica	Braga
Editave Multimédia, Lda.	1 operador de rádio	Braga
Guimapress, S.A.	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Braga
Rádio Vizela Cooperativa de Radiodifusão, CRL	4 publicações periódicas 1 operador de rádio 1 webrádio	Braga
Rádio Regional do Centro, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Braga
RPCS - Soure FM, Radiodifusão e Publicidade, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Coimbra
Diálogo Hábil, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Coimbra
PAJOVIR - Espectáculos, Marketing e Publicidade, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica	Évora
Fundação Frei Pedro	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Faro
Cíncup - Cooperativa de Informação e Cultura de Porto de Mós, CRL	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Guarda
Fercorber, Madeiras e Materiais de Construção, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Leiria
MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio 1 webrádio	Leiria
Côco - Companhia de Comunicação, Unipessoal, Lda.	1 operador de rádio 1 webrádio	Leiria
Cofina Media, S.A.	10 publicações periódicas	Lisboa
Madmen, Lda.	1 operador de televisão 3 publicações periódicas 1 webrádio	Lisboa

MEO - Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A.	1 publicação periódica 1 operador de distribuição	Lisboa
Presépio de Portugal - Comunicação Social, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Lisboa
Rádio Comercial, S.A.	1 operador de rádio 5 webrádios	Lisboa
Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	1 operador de rádio 1 operador de televisão	Lisboa
Rádio Nacional - Emissões de Radiodifusão, Unipessoal, Lda.	1 operador de rádio 4 webrádios	Lisboa
Rádio Regional de Lisboa - Emissões de Radiodifusão, S.A.	1 operador de rádio 11 webrádios	Lisboa
Rádio Renascença, Lda.	1 operador de rádio 4 webrádios	Lisboa
Upstar Comunicações, S.A.	1 publicação periódica 1 operador de televisão	Lisboa
C.T.C.S. - Composição de Texto para a Comunicação Social e Afins, Lda.	1 publicação periódica 1 webrádio	Portalegre
Cloverpress, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Porto
ERA - Emissora Regional de Amarante, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Porto
Popquestion, Unipessoal, Lda.	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Porto
Tropelias & Companhia - Associação Cultural	1 publicação periódica 1 webrádio	Porto
Empresa Jornalística da Madeira, Unipessoal, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Região Autónoma da Madeira
Cooperativa Radiodifusão Rádio Cais, CRL	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Região Autónoma dos Açores
Empresa Editora Cidade de Tomar, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Santarém
Media On - Comunicação Social, Lda.	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Santarém
Rádio Barca - Cooperativa de Informação de Ponte da Barca, CRL	1 publicação periódica 1 operador de rádio	Viana do Castelo
Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda.	2 publicações periódicas 1 operador de rádio	Viseu

Fonte: ERC - Portal da Transparência

5. ANÁLISE DA TITULARIDADE DOS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL POR GEOGRAFIA E POR TIPO

Neste ponto prossegue-se a análise perspectivada a partir de duas vertentes distintas:

- ✓ Aprofundamento das relações transversais de titularidade no segmento da imprensa a nível nacional e local/regional;
- ✓ Exposição dos meios de comunicação social por setores de atividade económica e áreas sociais relevantes.

As particularidades subjacentes à propriedade das publicações periódicas (PP) em Portugal ou, de outra forma, da imprensa, tornam-na numa das áreas mais diversificadas dentro do setor da comunicação social. Este é também, de longe, o segmento mais numeroso em termos de registos na ERC. Na verdade, é aqui que encontramos uma das maiores intersecções entre os diferentes setores e áreas da atividade económica, mais concretamente através da existência de um grande número de PP propriedade de entidades que não têm como atividade principal a comunicação social. Ainda assim, a propriedade deste tipo de OCS é, muitas vezes, crucial para o desenvolvimento do objeto e estratégias dessas entidades, ainda que a exploração do OCS não envolva qualquer retorno económico ou até implique prejuízos.

5.1 A propriedade de publicações periódicas de âmbito geográfico local e regional

Neste subponto pretende-se analisar as publicações periódicas de âmbito geográfico local e regional (PPLR) do ponto de vista da propriedade, cruzando informação de modo a encontrar potenciais grupos (mais ou menos homogêneos) ou outras combinações de proprietários e/ou de editores no mesmo distrito.

As PPLR são maioritariamente detidas por sociedades por quotas de pequena e média dimensão, por pessoas singulares e por associações. O facto de a grande quantidade destas publicações periódicas ser diretamente detida por pessoas singulares, a que se juntam aquelas detidas por sociedades unipessoais por quotas normalmente propriedade de única pessoa singular (Figura 16), justifica a grande polarização deste setor a nível regional.

Fig. 16 - Tipos de entidades proprietárias / editoras das publicações periódicas de âmbito local e regional (15.06.2020)

<i>Tipo de entidade-base</i>	<i>N.º</i>
<i>Sociedades por quotas</i>	181
<i>Pessoas singulares</i>	140
<i>Associações</i>	120
<i>Entidades religiosas</i>	75
<i>Sociedades unipessoais por quotas</i>	57
<i>Cooperativas</i>	20
<i>Sociedades anónimas</i>	19
<i>Fundações</i>	9
<i>Universidades</i>	7
<i>Sociedades irregulares / heranças</i>	4

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Partindo de uma verificação daquelas entidades que detêm pelo menos três publicações periódicas locais e regionais, das respetivas titularidades diretas e indiretas, e também da composição dos órgãos sociais, podemos identificar, por distrito/região, grupos ou combinações de entidades de maior ou menor complexidade, discriminados nas figuras seguintes.

Fig. 17 - Entidades proprietárias /editoras de três ou mais publicações periódicas de âmbito local regional

<i>Designação da publicação periódica</i>	<i>Proprietário</i>	<i>Editor</i>	<i>Distrito</i>
Guimarães Digital		Carlos Almeida	
Bigger Magazine	Guimapress, S.A.	Guimapress, S.A.	Braga
Desportivo de Guimarães			
O Comércio de Guimarães			
Desportivo Vale do Homem			
Jornal O Vilaverdense	Alive - Comunicação e Meios Unipessoal, Lda.	Alive - Comunicação e Meios Unipessoal, Lda.	Braga
O Amarense			
Press Minho			
Diário da Covilhã		Adriano Lucas, Lda.	
Diário de Aveiro	Adriano Lucas, Lda.	Adriano Lucas, Lda.	Coimbra
Diário de Leiria		Diário de Leiria, Lda.	

Diário de Santarém		Adriano Lucas, Lda.	
Diário de Viseu		Adriano Lucas, Lda.	
Diário Regional de Viseu		Adriano Lucas, Lda.	
Domingo Magazine		Adriano Lucas, Lda.	
Jornal de Aveiro		Diário de Aveiro, Lda.	
Jornal de Coimbra		Adriano Lucas, Lda.	
Jornal de Viseu		Diário de Viseu, Lda.	
Tribuna Universitária		Adriano Lucas, Lda.	
Clubhouse Algarve	Open Media - Design e Publicações, S.A.	Bruce Patrick Hawker	
Essential Algarve			
Algarve Resident	MMS Publishing, Lda.		Faro
Vivre Le Portugal	Open Media - Design e Publicações, S.A.	Open Media - Design e Publicações, S.A.	
Algarve Vivo	Pressroma - Edição de Publicações Periódicas, Unipessoal, Lda	Pressroma - Edição de Publicações Periódicas, Unipessoal, Lda	Faro
Lagoa Informa			
Portimão Jornal			
Jornal das Caldas	Medioeste, Lda.	Medioeste, Lda.	Leiria
Jornal Oeste Online			
Região da Nazaré			
Freguês	Francisco Manuel Bruno da Costa de Moraes Sarmento	Edições Moraes Sarmento, Unipessoal, Lda.	Lisboa
Freguês de Avenidas Novas			
Freguês de Benfica			
Freguês de Carcavelos Parede			
Freguês de São Domingos de Benfica			
Bestguide Portugal – Lisboa Grand Tour	My Guide - Novos Meios de Comunicação, S.A.	Álvaro Miguel Paiva Martins dos Reis	Lisboa
Bestguide Portugal Best of Lisboa			
Bestguide Portugal Best Of Madeira e Porto Santo			
Jornal Desportivo	Mérito da Palavra, Unipessoal, Lda.	Maria da Graça de Almeida Tracana	Lisboa
Notícias de Cascais			
Notícias de Oeiras		Mérito da Palavra, Unipessoal, Lda.	
YES Lousada	Instantestrela, Lda.	Instantestrela, Lda.	Porto
YES Notícias			
Yes Paços de Ferreira			
YES Paredes			
Tâmegasousa.pt	Digitâmega, Unipessoal, Lda.	Digitâmega, Unipessoal, Lda.	Porto
Expresso de Felgueiras			
Expresso de Amarante		Sandra Teixeira	
Revista Fiesta	O.L.C. Unipessoal, Lda.	O Liberal Comunicações - Audiovisuais, TV, Multimédia, Jornais e Revistas, Lda.	Região Autónoma da Madeira
Saber		Edgar Rodrigues de Aguiar	
Tribuna da Madeira			

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

Lisboa, Porto e Coimbra são os distritos que assumem principal relevância nesta análise. No entanto, encontramos também entidades proprietárias de três ou mais publicações periódicas nos distritos de Braga, Leiria e Faro. Neste último distrito situa-se um dos

grupos de *media* regional mais complexos onde detetamos uma relação de titularidade tendo como centro a Open Media – Design e Publicações, S.A. Esta sociedade detém:

- ✓ 99 % da MMS Publishing, Lda;
- ✓ 50 % do capital da Open Media Atlantic, Lda.;
- ✓ 26 % da Open Media Europe - Sociedade Editora, S.A.;
- ✓ 100 % da Porlagmédia – Edição e Distribuição, Lda.

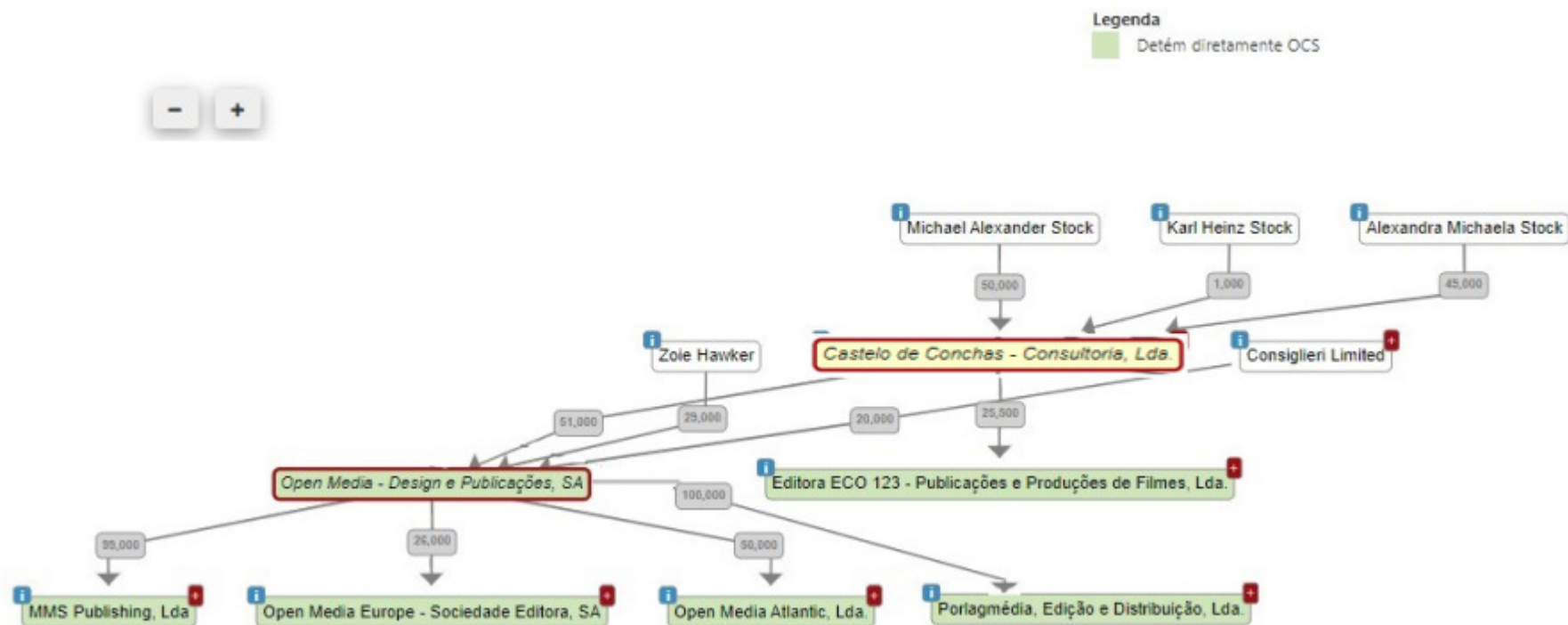
O titular de uma participação de 51 % na Open Media – Design e Publicações, S.A., a Castelo de Conchas – Consultoria, Lda., detém ainda diretamente 25,5 % da Editora ECO 123 - Publicações e Produções de Filmes, Lda.

Fig. 18 - Outras publicações periódicas do grupo “Open Media”

<i>OCS</i>	<i>Tipo de OCS</i>	<i>Proprietário</i>	<i>Distrito</i>	<i>Âmbito geográfico</i>
<i>Essential Madeira Islands</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Open Media Atlantic, Lda.</i>	<i>Região Autónoma da Madeira</i>	<i>Regional</i>
<i>Algarve Resident</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>MMS Publishing, Lda.</i>	<i>Faro</i>	<i>Regional</i>
<i>Barlavento</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Porlagmédia, Edição e Distribuição, Lda.</i>	<i>Faro</i>	<i>Regional</i>
<i>Eco 123</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Editora ECO 123 - Publicações e Produções de Filmes, Lda.</i>	<i>Faro</i>	<i>Nacional</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência.

Fig. 19 - Relações de titularidade do grupo “Open Media”



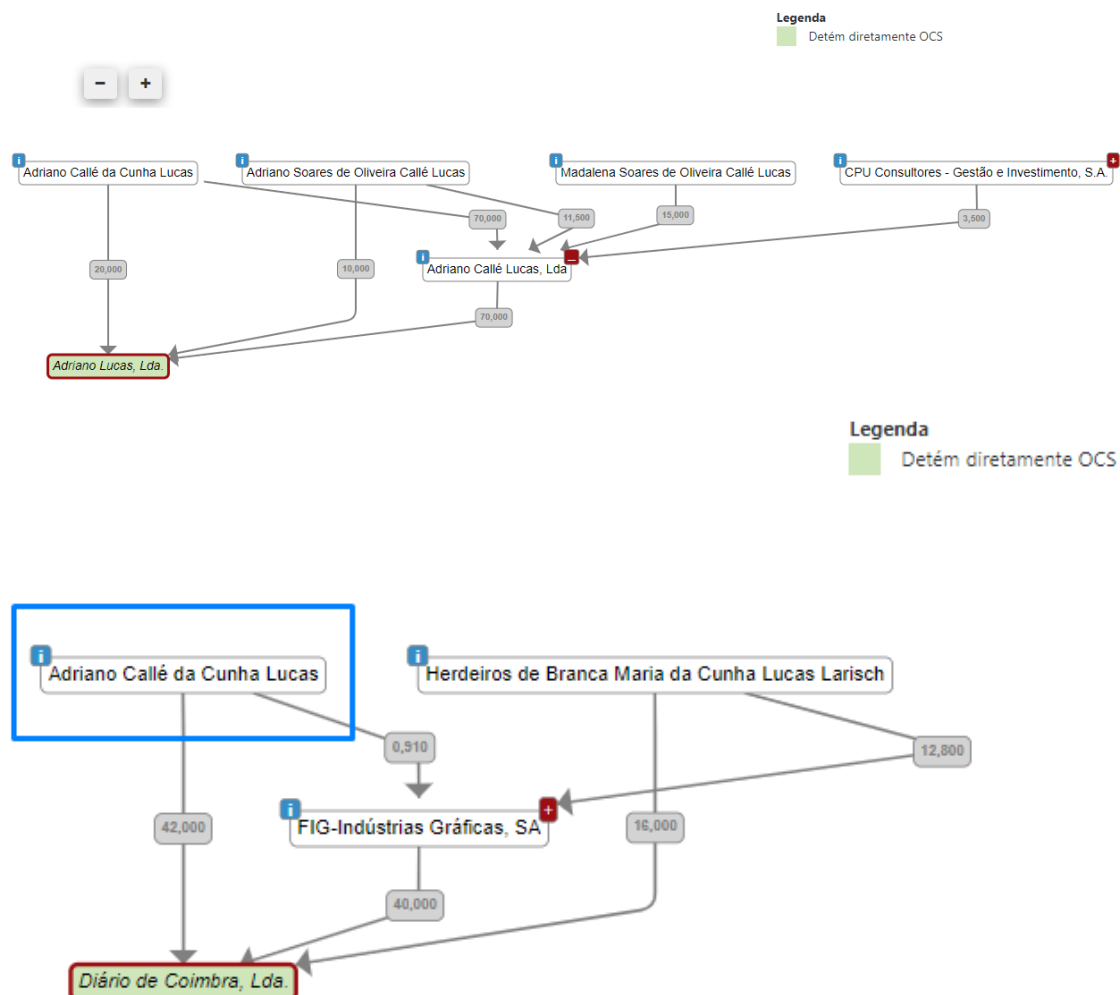
• Fonte: ERC – Portal da Transparência

A seguir estão descritas outras combinações de proprietários de PPLR que revelam maior complexidade ao nível da estrutura do capital.

O grupo Adriano Lucas (Figura 20) é um editor muito relevante na região Centro, sendo proprietário de 12 publicações periódicas: uma, o Diário de Coimbra, através da sociedade Diário de Coimbra, Lda., e 11 publicações através da sociedade Adriano Lucas, Lda., com sede de redação nos distritos de Aveiro (Diário de Aveiro, Jornal de Aveiro), Coimbra (Domingo Magazine, Jornal de Coimbra, Jornal de Viseu, Tribuna Universitária), Leiria (Diário de Leiria, Diário de Santarém) e Viseu (Diário da Covilhã, Diário de Viseu, Diário Regional de Viseu).

Algumas destas publicações são editadas por outras empresas no seio do grupo: Diário de Aveiro, Lda.; Diário de Leiria, Lda.; e Diário de Viseu, Lda.

Fig. 20 - COIMBRA: Estrutura de Capital do grupo Adriano Lucas: Adriano Lucas, Lda., e Diário de Coimbra, Lda.

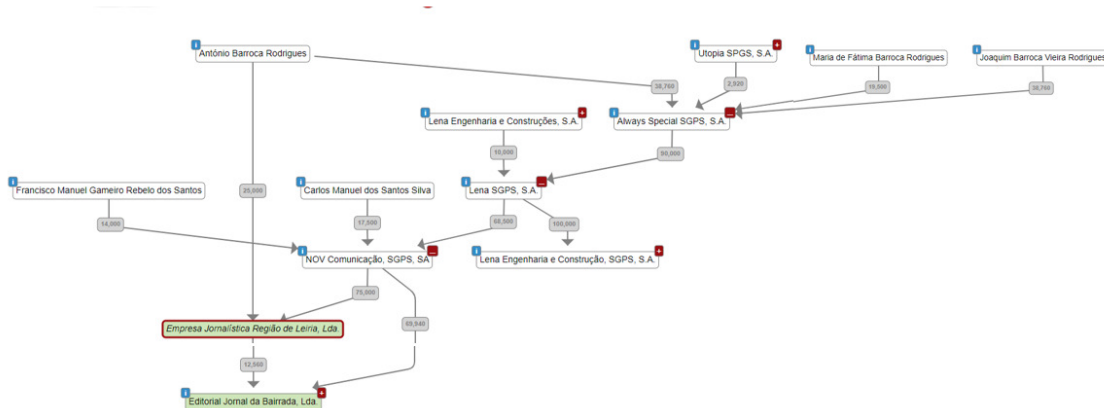


Fonte: ERC - Portal da Transparência

Ainda na região Centro, destaca-se a relação de titularidade entre a Editorial Jornal da Bairrada, Lda. (Jornal da Bairrada - Aveiro), detida em 12,5 % pela Empresa Jornalística Região de Leiria, Lda. (Região de Leiria – Leiria). As duas empresas possuem um acionista

comum, a NOV Comunicação, SGPS, S.A., ligada ao grupo Lena e em que são beneficiários efetivos membros da família Barroca Rodrigues (Figura 21).

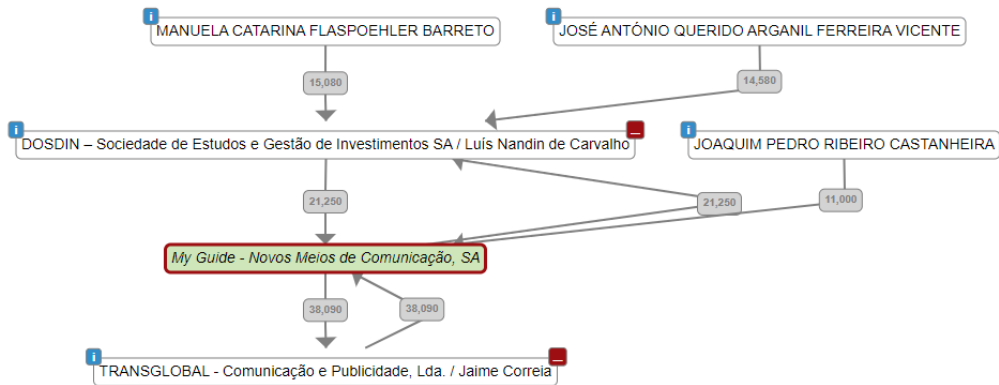
Fig. 21 - LEIRIA: Estrutura de capital da Editorial Jornal da Bairrada, Lda., e da Empresa Jornalística Região de Leiria, Lda.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Com sede em Lisboa, a My Guide – Novos Meios de Comunicação, SA (Figura 22), é proprietária de três publicações especializadas regionais (Bestguide Portugal Best of Lisboa, Bestguide Portugal Best of Madeira e Porto Santo e Bestguide Portugal – Lisboa Grand Tour) e uma nacional (Golf & Leisure).

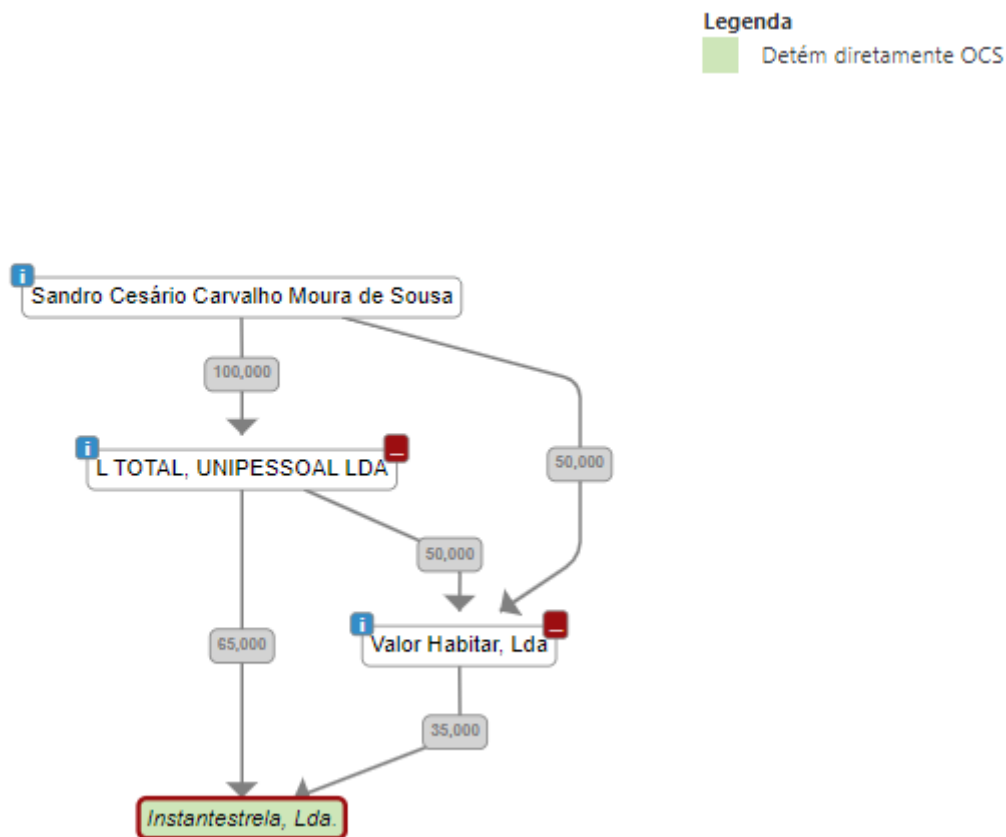
Fig. 22 - LISBOA: Estrutura de capital da My Guide - Novos Meios de Comunicação, SA



Fonte: ERC - Portal da Transparência

No Porto, a Instantestrela, Lda. (Figura 23), é proprietária das publicações periódicas YES Lousada, YES Notícias, YES Paços de Ferreira e YES Paredes.

Fig. 23 - PORTO: Estrutura de capital da Instantestrela, Lda.



Fonte: Portal da Transparência

5.2 A propriedade de publicações periódicas de âmbito nacional

Após análise de proprietários relevantes de publicações periódicas de âmbito local e regional, far-se-á o mesmo exercício para as de âmbito nacional, mais uma vez com o objetivo de identificar grupos ou combinações de detentores de capital ao nível das entidades direta ou indiretamente proprietárias de OCS, ou das entidades editoras desses OCS, num mesmo distrito.

O facto de muitas entidades proprietárias de OCS comunicarem dados ora em seu nome ora em nome das entidades editoras (por si detidas ou não) traz muitas dificuldades de padronização e de comparabilidade da informação transmitida. Na realidade, se, por um lado, se pretende um reporte de dados o mais completo possível de modo a dar cumprimento a todas as exigências da Lei da Transparência, por outro, a diversidade de entidades que o podem fazer, como: i) a entidade proprietária, ii) a entidade editora ou, ainda, iii) a entidade que realiza a exploração económica do(s) OCS, obriga a um exercício complexo de interpretação daquele diploma e consequente adaptação da Plataforma da Transparência à diversidade de *players* do setor. A este respeito, para uma mais rigorosa exibição e contextualização da informação, quando aplicável, atualmente no Portal da Transparência são identificados tanto o proprietário como o editor de uma dada publicação periódica.

O número de publicações periódicas de âmbito nacional registadas na ERC é ligeiramente superior ao de publicações periódicas locais e regionais em cerca de 235 registos ativos. Naquele grupo (âmbito geográfico nacional) está também concentrada a maioria das publicações periódicas de tipologia especializada e doutrinária (755 e 64, respetivamente), enquanto as publicações de tipologia geral perfazem 172.

Numa primeira tentativa de agrupamento de entidades proprietárias de três ou mais publicações periódicas de âmbito nacional verificou-se que a grande maioria tem sede no distrito de Lisboa (Figura 24).

Para além de mais numerosas e de tipologia maioritariamente especializada, as publicações periódicas de âmbito nacional organizam-se em grupos ou combinações de proprietários e editores mais complexos do que as regionais, em especial quando se tem em conta a entidade escolhida pelos Regulados para reportar dados financeiros na Plataforma da Transparência: i) umas vezes o proprietário, ii) outras o editor, ou ainda iii) uma terceira entidade que realiza a exploração económica do OCS.

Nas figuras seguintes surgem identificados grupos ou combinações de entidades mais complexos compostos por proprietários, editores, ou por ambos. Em algumas situações verificou-se também que os titulares do capital social daquelas entidades poderão participar em órgãos sociais de outras entidades proprietárias de órgãos de comunicação social com as quais não têm qualquer relação de “grupo” aparente.

De ressaltar ainda que muitas das entidades proprietárias de publicações periódicas nacionais também poderão deter publicações periódicas locais e regionais, como é o caso da Madmen, Lda. (Porto), RVJ - Editores, Lda. (Lisboa), Sociedade Fechada, Lda. (Lisboa) ou a Universidade do Minho (Braga).

Fig. 24 - Entidades proprietárias de três ou mais publicações periódicas de âmbito nacional

<i>Publicação Periódica</i>	<i>Proprietário</i>	<i>Editor</i>	<i>Distrito / Região do OCS</i>
Boa Nova - Actualidade Missionária	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/Sociedade Missionária da Boa Nova	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/Sociedade Missionária da Boa Nova	Aveiro
Cruzada Missionária - Voz da Missão			
Igreja e Missão			Porto
Questões Atuais de Direito Local	Associação de Estudos de Direito Regional e Local – AEDRL	Associação de Estudos de Direito Regional e Local – AEDRL	Braga
Revista das Assembleias Municipais e dos Eleitos Locais			
Revista das Freguesias			
CJA - Cadernos de Justiça Administrativa	CEJUR - Centro de Estudos Jurídicos do Minho	CEJUR - Centro de Estudos Jurídicos do Minho	Braga
CDP - Cadernos de Direito Privado			
CJT - Cadernos de Justiça Tributária			
Motojornal		Fast Lane II, Lda.	
Cozinha Saudável	Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	Silva & Rocha Editores, Lda.	Lisboa
Campo & Jardim			
Saúde e Bem-Estar			
Belas Ideias	António do Nascimento Fonseca	António do Nascimento Fonseca	Lisboa
Ponto por Ponto			

ERC – Relatório de Regulação 2019

Tricot			
Logística Moderna			
SCM Magazine	Carlos Manuel Lopes Simões	Carlos Manuel Lopes Simões	Lisboa
Supply Chain News			
Correio da Manhã; Destak; Máxima; Sábado; Mundo Universitário; Negócios; Record; Flash; TV Guia; Aquela Máquina.	Cofina Media, S.A.	Cofina Media, S.A.	Lisboa
Proteste			
Dinheiro & Direitos	Deco Proteste, Editores, Lda.	Cláudia Marisa Ferreira Maia	Lisboa
Proteste Investe			
Teste Saúde			
Revista Motos 2000	Editorial Grupo V - Portugal, Lda.	Editorial Grupo V - Portugal, Lda.	
Carros & Motores	Editorial Grupo V - Portugal, Lda.	Martín Gabilondo Viqueira	Lisboa
Gadget & PC			
Caça & Cães de Caça			
Revista Carros Comerciais & Pesados			
Bikes World	Vasco Manuel Escaleira dos Santos		
Delas, Diário de Notícias, DN Life, DN Ócio, Evasões 360º, Evasões, Volta ao Mundo, Dinheiro Vivo, DN Insider			Lisboa
Vdigital	Global Notícias - Media Group, S.A.	Global Notícias - Media Group, S.A.	
Jornal de Notícias			Porto
Jornal de Notícias História			
O Jogo			
Negócios & Franchising, Veterinária Atual, Saúde Oral, Enovitis - Revista Técnica de Viticultura e Enologia, Vida Rural, TeleCulinária, Distribuição Hoje, Logística & Transportes Hoje	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	IF Executives - Edições e Formação, S.A.	Lisboa
A Nossa Gravidez			
O Nosso Bebê	Iluminar Media, Lda.	Ana Margarida Marques	Lisboa
O Nosso Filho			
Expresso	Impresa Publishing, S.A.	Impresa Publishing, S.A.	Lisboa
Blitz			
Volante			
O Instalador			
InterMetal	Induglobal, Unipessoal, Lda.	O Instalador - Publicações, Lda.	Lisboa
InterPlast			
Impala News Portal de Notícias	Worldimpala.Net, Lda.	Worldimpala.Net, Lda.	Lisboa
Automundo			
Para Eles			
Mulher Moderna Nova Cozinha, Segredos de Cozinha, Maria, Deco Nova Gente Decoração & Ambientes, Nova Gente, Nova Gente Soluções, Vip, Ana, 100% Jovem, A Próxima Viagem, TV 7 Dias	Jacques da Conceição Rodrigues	Jacques da Conceição Rodrigues	Lisboa

Passear.com	Lobo do Mar - Sociedade Editorial, Lda.	Lobo do Mar - Sociedade Editorial, Lda.	Lisboa
Tudo Sobre Jardins			
Anuário Náutico			
Náutica Press		Vasco Maria de Melo Gonçalves	
O Jornal Dentistry - Para Profissionais de Medicina Dentária	Medianext Professional Information, Lda.	Medianext Professional Information, Lda.	Lisboa
It Insight			
It Channel			
Smart Planet			
OJE - O Jornal Económico	Megafin - Sociedade Editora, S.A.	Megafin - Sociedade Editora, S.A.	Lisboa
Energia & Ambiente	Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A.		
Educação Internacional			
Essential Business			
Essential Lisboa	Open Media Europe - Sociedade Editora, S.A.	Open Media Europe - Sociedade Editora, S.A.	Lisboa
Doze XII			Faro
Voa - A Revista do Clube Pelicas	Montepio Geral - Associação Mutualista	Pato Lógico Edições, Unipessoal, Lda.	Lisboa
Montepio Jovem			
Ei - Educação, Informação		Plot - Content Agency, S.A.	
Montepio			
SV-Saber Viver	Plot - Content Agency, S.A.	How-House of Words, Lda.	Lisboa
PH + informação com a sua farmácia			
Prevenir			
Jardins			
MotoSport		FollowMedia Comunicação - Unipessoal, Lda.	
Casas de Portugal			
Urbana	Moon Media - Comunicação, Lda.	Moon Media - Comunicação, Lda.	Lisboa
Auto Mais			
Moto Mais			
Human Resources Portugal	Multipublicações - Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços de Comunicação, Lda.	Multipublicações - Edição, Publicação de Informação e Prestação de Serviços de Comunicação, Lda.	Lisboa
Risco			
Forever Young			
Marketeer			
Viagens & Resorts			
Kids	Sandra Pinto		
Vitalhealth			
Jornal Médico.pt - Porque estar informado dá saúde - Grande Público	Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A.	Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A.	Lisboa
Médico - O Jornal de Todos os Médicos			
Briefing			
Store Magazine			
Advocatus		Swipe News, S.A.	
Pós - Venda - Peças, Manutenção e Reparação	ORMP - Pós-Venda Média, Lda.	ORMP - Pós Venda Media, Lda.	Lisboa
Pós-Venda Pesados - Peças, Manutenção e Reparação			
Usados & Pós-Venda			

ERC – Relatório de Regulação 2019

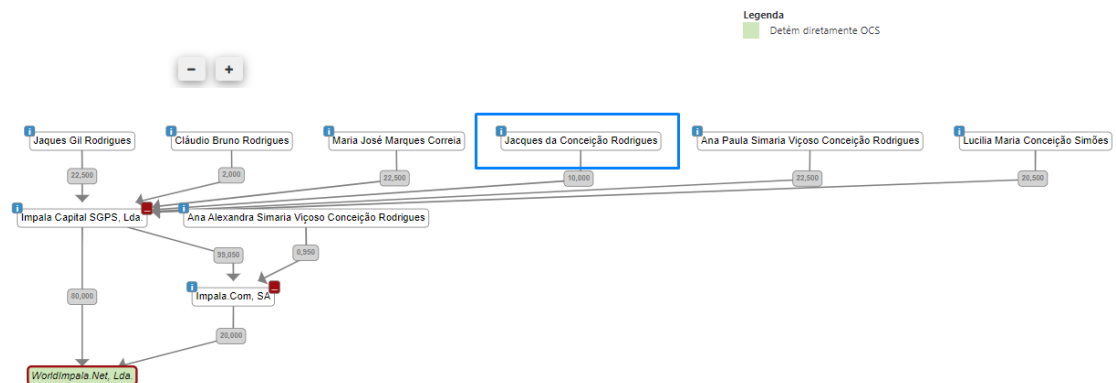
National Geographic			
Coisas de Casa	RBA Revistas Portugal, Lda.	RBA Revistas Portugal, Lda.	Lisboa
Cozinha Fácil			
Casa & Design			
Avante	Partido Comunista Português – PCP	Editorial Avante, SA	Lisboa
Caderno Vermelho			
O Militante			
Família Cristã			
Liturgia Diária - A Missa de Cada Dia	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Lisboa
Síntese			
Mundo Desportivo	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	Lisboa
Auto Foco			
Cadernos de A Bola			
A Bola			
Comerciais Turbo Profissional	Terra de Letras - Comunicação, Lda.	Sérgio Veiga	Lisboa
Oficina Turbo Profissional			
Turbo Profissional Frotas		Terra de Letras - Comunicação, Lda.	
Turbo		Sofia Martinho	
Holofote	Trust In News, Unipessoal, Lda.	Trust In News, Unipessoal, Lda.	Lisboa
Visão, A nossa PRIMA, Visão Biografia, Visão Saúde, Telenovelas, Visão Júnior, Visão História, JL - Jornal de Letras, Artes e Ideias, Activa, TV Mais, Exame Informática, Exame			
Computador	Vias do Futuro - Tecnologias de Informação, Lda.	Vias do Futuro - Tecnologias de Informação, Lda.	Lisboa
Gui@ da Internet			
Smartphone Magazine			
Anteprojectos	WorkMedia - Comunicação, S.A.	WorkMedia - Comunicação, S.A.	Lisboa
Meios & Publicidade			
Hipersuper			
Vida & Saúde Natural	Zenelly Publishing, Publicações, Unipessoal, Lda.	Zenelly Publishing, Publicações, Unipessoal Lda.	Lisboa
Reiki & Yoga			
Zen Energy			
Labpro	Editora Códigopro - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	Maria de Fátima Gomes de Amaral Ferreira	Porto
DentalPro			
Joiapro			
Oftalpro			
i Like This	News Mind - Edições, Unipessoal, Lda.	Sérgio Paulo Barros Dinis	Porto
Sublime Portugal			
Portugal de Sabores e Tradições	Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.	Agropress - Comunicação Especializada, Lda.	Porto
Agrotec-Revista Técnico-Científica Agrícola			
TecnoAlimentar			
Renováveis Magazine			
O Electricista			
Robótica - Revista Técnica e Científica	CIE - Comunicação e Imprensa Especializada, Lda.		
Construção Magazine		Engenho e Média, Lda.	

Tecnohospital - Revista de Engenharia e Gestão de Saúde			
Indústria e Ambiente - Revista de Informação Técnica e Científica			
Trabalho e Segurança Social			
Vida Judiciária	Vida Económica - Editorial, S.A.	João Carlos Peixoto de Sousa	Porto
Vida Económica			
e3 - Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP		Ana Maria Alves Bandeira	
J2 - Jornal Jurídico		Cristiane de Souza Reis	
NAUS - Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais	Ponte Editora, Sociedade Unipessoal, Lda.	Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos	Região Autónoma da Madeira
A Pátria - Jornal da Comunidade Científica de Língua Portuguesa		Eduardo Manuel de Almeida Leite	
Herança - Revista de História, Património e Cultura		Isabel Maria da Cruz Lousada	
Açores Magazine	Açormédia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.	Açormedia - Comunicação Multimédia e Edição de Publicações, S.A.	Região Autónoma dos Açores
Açoriano Oriental			
100 Maiores Empresas dos Açores		Rui Jorge Pimentel Cabral	
Dia a Dia			
Hoje	União Bíblica	UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.	Setúbal
Tribun do Jovem Leitor			

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

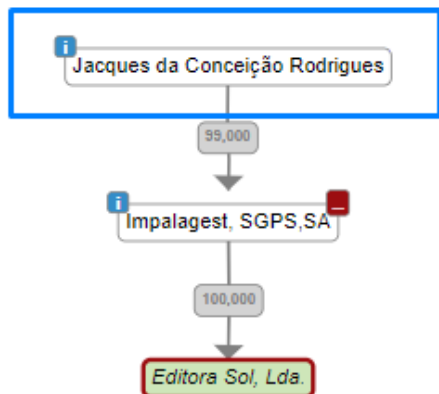
Um dos editores mais antigos, Jacques da Conceição Rodrigues, detém direta e indiretamente 15 publicações periódicas: 11 diretamente e outras quatro através das sociedades Worldimpala.Net, Lda., e Editora Sol, Lda. (Figura 25).

Fig. 25 - LISBOA: Estrutura de capital resultante da combinação das entidades Worldimpala.Net, Lda., Editora Sol, Lda., e Jacques da Conceição Rodrigues (grupo Impala)



Legenda

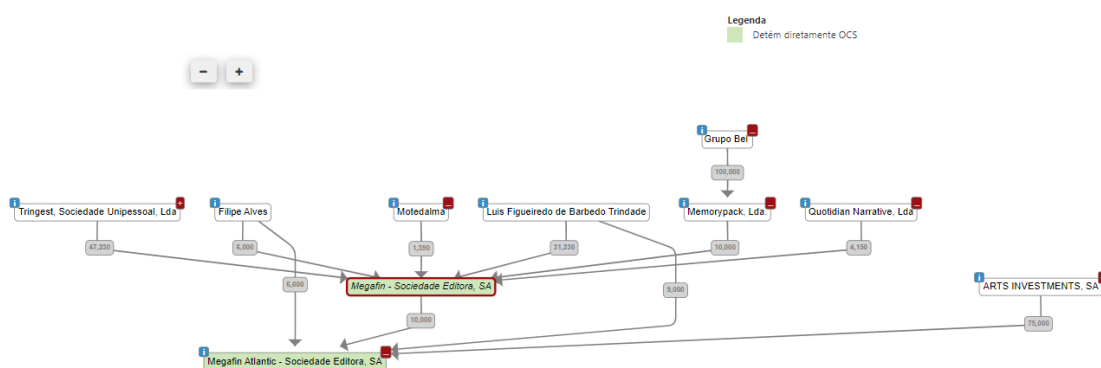
■ Detém diretamente OCS



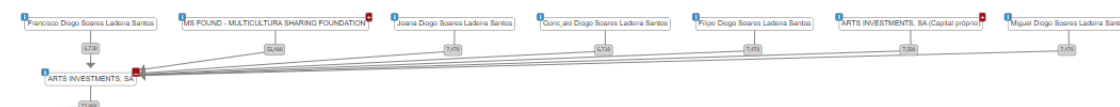
Fonte: ERC - Portal da Transparência

Como se vislumbra na Figura 26, existe também uma relação de detenção entre a Megafin – Sociedade Editora, S.A. (sediada em Lisboa), e a Megafin Atlantic - Sociedade Editora, S.A. (sediada na Região Autónoma da Madeira), ambas detentoras diretas dos órgãos de comunicação social OJE – O Jornal Económico e Económico Madeira, Educação Internacional e Energia & Ambiente. Assim, a Megafin – Sociedade Editora, S.A., detém 10 % da Megafin Atlantic – Sociedade Editora, S.A. O Grupo Bel, do empresário Marco Galinha, é um acionista relevante da Megafin – Sociedade Editora, S.A. A Arts Investments, S.A., da família Ladeira Santos, é um acionista relevante da Megafin Atlantic – Sociedade Editora, S.A.

Fig. 26 - Estrutura de capital resultante da combinação das entidades Megafin - Sociedade Editora, S.A. e Megafin Atlantic – Sociedade Editora, S.A.



Estrutura de capital da Arts Investments, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

5.3 Análise de entidades que são simultaneamente proprietárias e editoras de publicações periódicas

Neste ponto aprofundam-se combinações relativas a entidades editoras que, isoladamente ou integradas em grupos de proprietários, detêm ou editam três ou mais publicações periódicas de âmbito nacional (Figura 27).

Da caracterização realizada, verificamos que determinados grupos de proprietários e editores relevantes no panorama da comunicação social em Portugal editam publicações periódicas de entidades muito distintas (que normalmente não têm como atividade principal a comunicação social) e com as quais não terão qualquer relação de “grupo”. Nesta situação encontram-se a edição da publicação i) Sabe Bem Faz Bem, propriedade da sociedade Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A., pela Cofina Media, S.A.; a edição da ii) Recicla, publicação propriedade da Sociedade Ponto Verde - Sociedade Gestora de Resíduos de Embalagens, S.A., pela Impresa Publishing, S.A.; ou ainda a edição das publicações iii) Lusíadas, Montepio Jovem, Ei - Educação, Informação e Montepio, a primeira propriedade da sociedade Lusíadas, SGPS, S.A., e as demais propriedade da sociedade Montepio Geral - Associação Mutualista, pela Plot - Content Agency, S.A.

No entanto, algumas entidades que têm como atividade principal a comunicação social escolhem como editoras de determinados OCS sua propriedade outras entidades ou grupos do mesmo ramo de atividade, como é o caso da sociedade Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A., proprietária da publicação periódica Advocatus, que tem como editora a sociedade Swipe News, S.A., detentora do ECO – Economia Online. Em moldes distintos, esta é também a situação da Publindústria - Produção de Comunicação, Lda., que entrega a edição de algumas publicações periódicas sua propriedade a outras sociedades com as quais tem relações de titularidade.

Noutras situações, o proprietário pessoa singular constitui uma empresa da qual é titular exclusivo, normalmente uma sociedade unipessoal por quotas, para edição das publicações periódicas e/ou exploração económica do(s) órgão(s) de comunicação social sua propriedade. Como exemplo de entidades que se encontram nesta situação indica-se o proprietário Francisco Manuel Bruno da Costa de Moraes Sarmiento (Edições Moraes Sarmiento, Unipessoal, Lda.).

Fig. 27 - Combinações relativas a entidades editoras que detêm ou editam três ou mais publicações periódicas de âmbito nacional

<i>Publicações Periódicas</i>	<i>Proprietário</i>	<i>Editor</i>	<i>Distrito / Região do OCS</i>
Revista de Direito da Responsabilidade	Ana Mafalda Castanheira Neves de Miranda Barbosa	Gestlegal - Consultoria e Serviços, Lda.	Coimbra
Advogar	Gestlegal, Consultoria e Serviços, Lda.		
UDireito - Portal Estudante de Direito			
Revista Portuguesa de Ciência Criminal	Instituto de Direito Penal Económico e Europeu		
Sabe Bem Faz Bem	Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A.	Cofina Media, S.A.	Lisboa
Revista de Finanças Públicas e Direito Fiscal	Instituto de Direito Económico Financeiro e Fiscal	Edições Almedina, S.A.	Lisboa

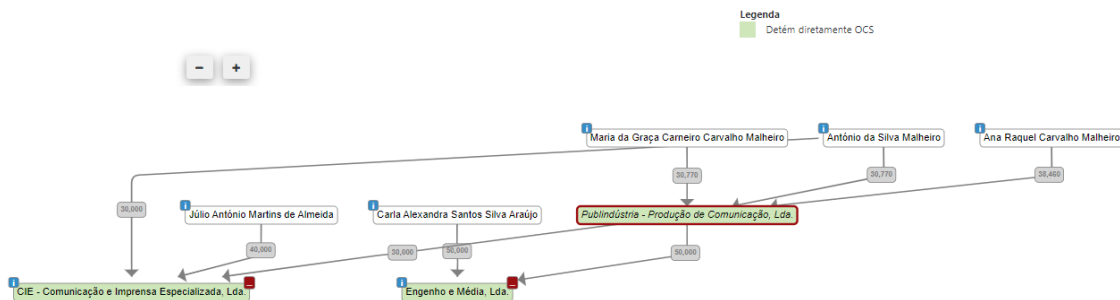
Direito das Sociedades em Revista	ADSR - Associação Direito das Sociedades em Revista		
Revista de Contratos Públicos	Cedipre - Centro de Estudos de Direito Público e Regulação		Coimbra
Revista do Direito da Insolvência	Edições Almedina, S.A.		
Revista de Direito Intelectual	APDI - Associação Portuguesa de Direito Intelectual		
Revista de Concorrência e Regulação	Autoridade da Concorrência+Instituto de Direito Económico Financeiro e Fiscal		
Revista de Direito das Sociedades	Instituto de Direito Privado – IDP		Lisboa
Revista de Direito Civil	Instituto de Direito Privado – IDP		
O Direito	Instituto de Direito Privado - IDP e Instituto de Ciências Jurídico-Políticas da Faculdade de Direito Lisboa		
Freguês	Francisco Manuel Bruno da Costa de Moraes Sarmiento	Edições Moraes Sarmiento, Unipessoal, Lda.	Lisboa
Freguês de Avenidas Novas			
Freguês de Benfica			
Freguês de Carcavelos Parede			
Freguês de São Domingos de Benfica			
Motojornal	Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	Fast Lane II, Lda.	Lisboa
TREVL de moto pelo mundo	Fast Lane II, Lda.		
Rev Motorcycle Culture			
Men's Health	Hearst Magazines, Inc.	Global Notícias - Media Group, S.A.	Lisboa
Women's Health			
Recicla	Sociedade Ponto Verde - Sociedade Gestora de Resíduos de Embalagens, S.A.	Impresa Publishing, S.A.	Lisboa
Crescer	Editora Sol, Lda.	Jacques da Conceição Rodrigues	Lisboa
Lusíadas	Lusíadas, SGPS, S.A.	Plot - Content Agency, S.A.	Lisboa
Montepio Jovem	Montepio Geral - Associação Mutualista		
Ei - Educação, Informação			
Montepio			
Pessoas	APG - Associação Portuguesa de Gestão das Pessoas	Swipe News, S.A.	Lisboa
Advocatus	Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A.		Lisboa
ECO - Economia Online	Swipe News, S.A.		Lisboa
Courrier Internacional	Courrier International, Societé Anonyme	Trust In News, Unipessoal, Lda.	Lisboa

DIGNUS - Revista Técnica de Geriatria e Gerontologia	CIE - Comunicação e Imprensa Especializada, Lda.	CIE - Comunicação e Imprensa Especializada, Lda.	Porto
Elevare - Revista Técnica de Elevadores e Movimentação de Cargas			
Renováveis Magazine			
O Electricista			
Robótica - Revista Técnica e Científica			
Manutenção	Associação Portuguesa de Manutenção Industrial – APMI		Lisboa
Hotelaria & Saúde - Revista Técnica de Hotelaria na Saúde	Engenho e Média, Lda.	Engenho e Média, Lda.	Porto
Construção Magazine	Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.		
Tecnohospital - Revista de Engenharia e Gestão de Saúde			
Industria e Ambiente - Revista de Informação Técnica e Científica			

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

Existe uma relação de titularidade entre a Publindústria – Produção de Comunicação, Lda., a CIE – Comunicação e Imprensa Especializada, Lda., a Engenho e Média, Lda., e a Agropress – Comunicação Especializada, Lda., outras três sociedades que prosseguem atividades de comunicação social (as duas primeiras reportam diretamente informações na Plataforma Digital da Transparência). Por conseguinte, a sociedade Publindústria, da família Malheiro, detém 30 % da CIE, 50 % da Engenho e Média e 50 % da Agropress. Além da participação de 31 % na Publindústria, António da Silva Malheiro detém ainda uma participação de 30 % na CIE (Figura 28) e de 25 % na Agropress.

Fig. 28 - Combinação da estrutura de capital da Publindústria – Produção de Comunicação, Lda., CIE – Comunicação e Imprensa Especializada, Lda., e a Engenho e Média, Lda.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fig.29 - Estrutura de capital da editora Agropress – Comunicação Especializada, Lda.

<i>Titularidade direta</i>	<i>% de detenção</i>	<i>Representação em órgãos sociais</i>	<i>Editor / Responsável pela orientação editorial</i>	<i>OCS / Serviço de programas</i>	<i>Tipo de OCS</i>
<i>Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.</i>	50,00%	NA			
<i>António da Silva Malheiro</i>	25,00%	Gerente	<i>Sim</i>	<i>Agrotec</i>	<i>Publicação periódica</i>
			<i>Sim</i>	<i>Tecnoalimentar</i>	<i>Publicação periódica</i>
<i>Daniela Sofia Ribeiro Faria</i>	25,00%	NA	NA	NA	NA

Fonte: Registo Comercial – Ministério da Justiça

A Plot – Content Agency, S.A., editora de várias publicações periódicas de outras entidades-base, detém diretamente quatro publicações periódicas, por sua vez editadas pela How –House of Words, Lda., maioritariamente detida pela própria Plot.

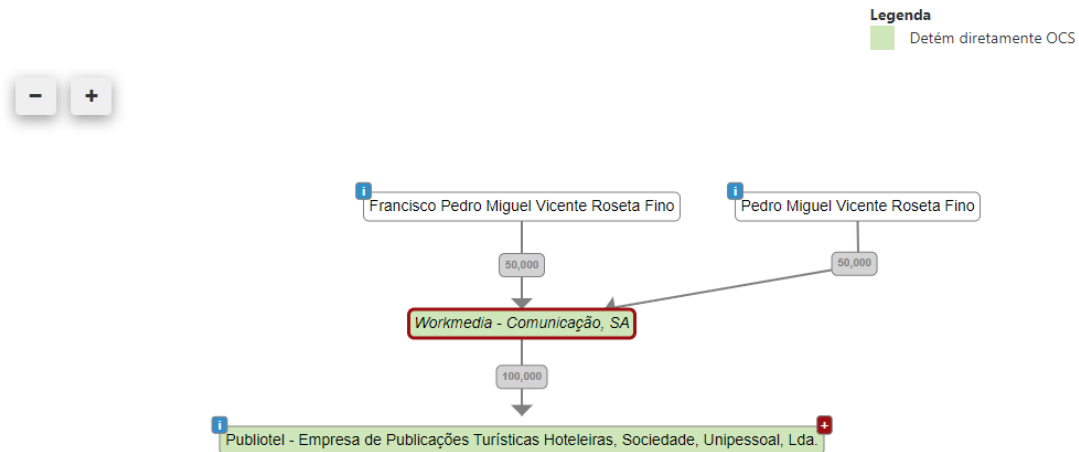
Fig. 30 - Estrutura de capital da proprietária e editora Plot - Content Agency, S.A.

<i>Acionista</i>	<i>Tipo de Detenção</i>	<i>Percentagem de Detenção</i>	<i>Direitos de Voto</i>
<i>Alberto dos Santos Moreira de Andrade</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>5,000</i>	<i>5,000</i>
<i>António José Nogueira Simão Domingues</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>15,000</i>	<i>15,000</i>
<i>João António Correia Borges</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>2,000</i>	<i>2,000</i>
<i>João Correia Y Alberty Moreira de Andrade</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>2,000</i>	<i>2,000</i>
<i>Luís Casimiro Guedes da Penha e Costa</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>49,000</i>	<i>49,000</i>
<i>Maria José Lencastre</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>1,000</i>	<i>1,000</i>
<i>Rui Sérgio Ferrão Correia Borges</i>	<i>Diretamente detidas</i>	<i>26,000</i>	<i>26,000</i>

Fonte: ERC - Portal da Transparência

A Workmedia – Comunicação, S.A., detém diretamente a totalidade do capital da Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda., sociedade detentora de duas publicações periódicas.

Fig. 31 - Estrutura de capital da Workmedia - Comunicação, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fig. 32 - Publicações periódicas da Workmedia - Comunicação, SA, e da Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade Unipessoal, Lda.

OCS	Tipo de OCS	Proprietário	Editor
Anteprojectos	Publicação periódica	Workmedia - Comunicação, S.A.	Workmedia - Comunicação, S.A.
Construir	Publicação periódica	Workmedia - Comunicação, S.A.	Areassociativa - Comunicação e Serviços, Sociedade Unipessoal, Lda.
Hipersuper	Publicação periódica	Workmedia - Comunicação, S.A.	Workmedia - Comunicação, S.A.
Meios & Publicidade	Publicação periódica	Workmedia - Comunicação, S.A.	Workmedia - Comunicação, S.A.
Publituris Hotelaria	Publicação periódica	Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda.	Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda.
Publituris	Publicação periódica	Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda.	Publiotel - Empresa de Publicações Turísticas Hoteleiras, Sociedade, Unipessoal, Lda.

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

5.4 Entidades proprietárias de publicações periódicas e de outros tipos de OCS

Na continuação dos pontos anteriores com análises que incidem apenas em publicações periódicas, no presente ponto relacionam-se entidades proprietárias de imprensa e de outros tipos de OCS, nomeadamente, operadores radiofónicos ou webrádios.

Fig. 33 - BRAGA: Caracterização da sociedade Guimapress, S.A.

<i>Titularidade direta</i>	<i>% de detenção</i>	<i>Representação em órgãos sociais</i>	<i>Editor / Responsável pela orientação editorial</i>	<i>OCS / Serviço de programas</i>	<i>Tipo de OCS</i>
<i>Guimapress, SA (Ações próprias)</i>	4,18%	NA	<i>Guimapress, S.A.</i>	<i>Bigger Magazine</i> <i>O Comércio de Guimarães</i> <i>Desportivo de Guimarães</i>	<i>Publicação periódica</i>
<i>Américo Rui de Faria Simões</i>	5,99%	<i>Vogal CA</i>	<i>Sim</i>	<i>Rádio Santiago Canal 2</i>	<i>Webrádio</i>
<i>Armando Humberto Gomes Alves</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>Carlos Almeida</i>	NA	NA	<i>Sim</i>	<i>Guimarães Digital</i>	<i>Publicação periódica</i>
<i>Carlos de Paiva Areias</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>Carlos Alberto Ribeiro Marques de Freitas</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>Herança de Abel Pinheiro Ribeiro da Silva</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>Herança de Joaquim Martins Pereira</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>Herança de José Alberto Ribeiro Gomes Alves</i>	5,99%	NA	NA	NA	NA
<i>João Gaspar de Sousa</i>	5,99%	<i>Presidente CA</i>	NA	NA	NA

Gomes Alves					
José Alves Silva Guimarães	5,99%	Presidente AG	NA	NA	NA
José Luis Monroy Zamith de Passos	5,99%	Secretário AG	NA	NA	NA
Maria Teresa Oliveira Batista da Silva Gama Brandão	5,99%	Secretário AG	NA	NA	NA
Rui Severo Caires Pinto Madureira	5,99%	NA	NA	NA	NA
Jorge Frederico Matos Fonseca Handel	5,90%	Vogal CA	NA	NA	NA
Herança de Afonso Augusto da Costa	5,08%	NA	NA	NA	NA
Joana Maria Bento de Sousa Oliveira Guimarães da Gama Brandão	1,99%	NA	NA	NA	NA
José Tiago Bento de Sousa Oliveira Guimarães	1,99%	NA	NA	NA	NA
Nuno Manuel Bento de Sousa Oliveira Faria Guimarães	1,99%	NA	NA	NA	NA

Frederico Augusto Fonseca Handel Oliveira	1,00%	NA	Sim	Guimapress, SA / Rádio Santiago	Rádio
Outros acionistas	6,02%	NA	NA	NA	NA

Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fig. 34 - VISEU: Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda.

Titularidade direta	% de detenção	Representação em órgãos sociais	Editor / Responsável pela orientação editorial	OCS / Serviço de programas	Tipo de OCS
Fernando Mateus Rodrigues de Abreu	75,00	Sócio não-gerente	Sim	Notícias de Viseu	Publicação periódica
			Sim	Viseu Global	Publicação periódica
Anabela Lourenço de Abreu	12,50	Gerente	Anabela Lourenço de Abreu	Nodigráfica - Informação e Artes Gráficas, Lda.	Rádio
Graça Maria Lourenço de Abreu	12,50	Gerente	NA	NA	NA

Fonte: ERC - Portal da Transparência

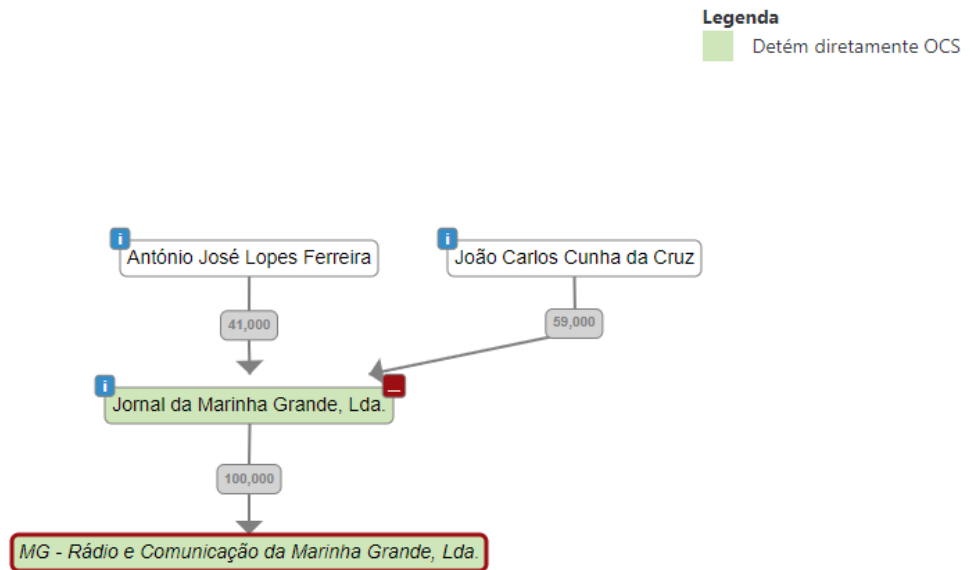
Fig. 35 - FARO: Pajovir - Espectáculos, Marketing e Publicidade, Unipessoal, Lda.

Titularidade direta	% de detenção	Representação em órgãos sociais	Editor / Responsável pela orientação editorial	OCS / Serviço de programas	Tipo de OCS
Victor Manuel Pereira Gonçalves	100%	Gerente	Sim	Loulé TV	Publicação periódica
				TV ALGARVE Uma Região Com Vida	Publicação periódica
				PAJOVIR / Sagres FM	Rádio
				PAJOVIR / Total FM	Rádio

Fonte: ERC - Portal da Transparência

A sociedade Jornal da Marinha Grande, Lda., detentora da publicação periódica Jornal da Marinha Grande, é titular única da MG – Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda., habilitada como operador de rádio e detentora de uma publicação periódica (Figuras 36 e 37).

Fig. 36 - LEIRIA: MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda., e Jornal da Marinha Grande, Lda.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fig. 37 - LEIRIA: MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda., e Jornal da Marinha Grande, Lda.

Entidade-base	Titularidade direta	% de detenção	Representação em órgãos sociais	Editor / Responsável pela orientação editorial	OCS / Serviço de programas	Tipo de OCS
Jornal da Marinha Grande, Lda.	António José Lopes Ferreira	41%	Gerente	Sim	Jornal da Marinha Grande	Publicação periódica
	João Carlos Cunha da Cruz	59%	NA	NA		

Entidade-base	Titularidade direta	% de detenção	Titularidade indireta	% de detenção	Representação em órgãos sociais	Editor / Responsável pela orientação editorial	OCS / Serviço de programas	Tipo de OCS
MG - Rádio e Comunicação da Marinha Grande, Lda.	Jornal da Marinha Grande, Lda.	100%	António José Lopes Ferreira	41,00%	Gerente	Sim	Batalha Online	Publicação periódica
						Sim	Rádio Clube Marinense	Rádio

Grande , Lda.	João Carlos Cunha da Cruz	59,00%	NA	NA	NA	NA
----------------------	----------------------------------	--------	----	----	----	----

Fonte: ERC - Portal da Transparência

6. ANÁLISE DOS MEDIA POR DIFERENTES ÁREAS E SETORES DE ATIVIDADE

6.1 Entidades reguladas e OCS relacionados com Bens e Atividades Essenciais

Encontram-se registadas na Plataforma da Transparência diversas entidades proprietárias ou editoras de OCS cuja atividade principal é desenvolvida no sector primário, muitas vezes em conjugação com outros sectores. Na Figura 38 estão identificados as publicações periódicas, os proprietários e os editores dedicados a esta área, assim como alguns grupos de *media* especializados neste tipo de atividade económica.

Fig. 38 - Publicações periódicas, proprietários e / ou editores no segmento de Bens e Atividades Essenciais

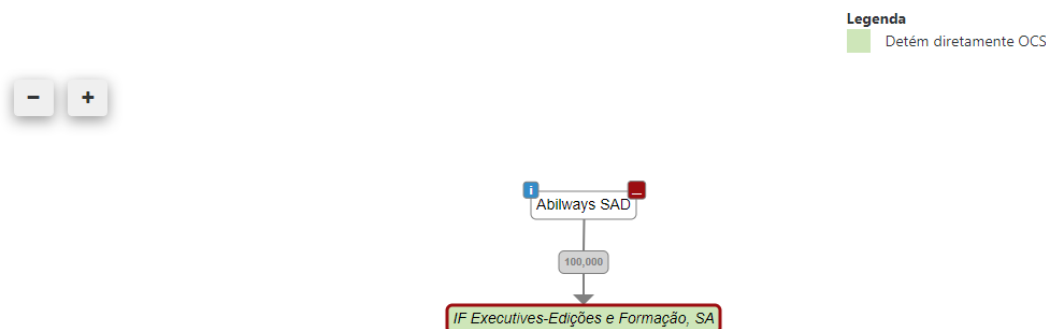
Publicação Periódica	Proprietário	Editor
Água & Ambiente	About Media - Comunicação, Lda.	About Media - Comunicação, Lda.
Mundo Rural	Acção Católica Rural	Acção Católica Rural
Ovelha	ACOS - Associação de Agricultores do Sul	ACOS - Associação de Agricultores do Sul
Boletim Informativo da ACRA	ACRA - Associação de Consumidores da Região Açores	ACRA - Associação de Consumidores da Região Açores
Ruminantes	Aghorizons, Lda.	Aghorizons, Lda.
Agro-Manual	Agro-Manual, Publicações, Lda.	Agro-Manual Publicações, Lda
Agrotec - Revista Técnico-Científica Agrícola	Publindústria - Produção de Comunicação, Lda.	Agropress - Comunicação Especializada, Lda.
TecnoAlimentar		
Revista Agros Força da União	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL	Agros - União das Cooperativas de Produtores de Leite de Entre Douro e Minho e Trás-os-Montes, CRL
Jovens Agricultores	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP	Associação dos Jovens Agricultores de Portugal – AJAP
Produtores de Leite	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP	Associação dos Produtores de Leite de Portugal – APROLEP
Nova Têxtil	Associação Portuguesa dos Engenheiros e Técnicos Têxteis	Associação Portuguesa dos Engenheiros e Técnicos Têxteis
Recursos Hídricos	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos	Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos
Agricultura e Mar Actual	Carlos José Coelho Caldeira	Carlos José Coelho Caldeira
Vestir	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX	Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios MODATEX
Gazeta Rural	Classe Média - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.	Classe Media - Comunicação e Serviços, Unipessoal, Lda.
Boas Vinhas	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes
Bons Vinhos	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes
Espaço Rural	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL	CONFAGRI - Confederação Nacional das Cooperativas Agrícolas e do Crédito Agrícola de Portugal, CCRL

<i>Revista do Agricultor</i>	<i>Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP</i>	<i>Confederação dos Agricultores de Portugal – CAP</i>
<i>Notícias CAP</i>		
<i>Suicultura</i>	<i>Federação Portuguesa de Associações de Suicultores</i>	<i>Federação Portuguesa de Associações de Suicultores</i>
<i>Vida Rural</i>		
<i>Enovitis - Revista Técnica de Viticultura e Enologia</i>	<i>IF Executives - Edições e Formação, SA</i>	<i>IF Executives-Edições e Formação, SA</i>
<i>A Padaria Portuguesa - Revista da ACIP</i>	<i>ACIP - Associação do Comércio e da Indústria de Panificação, Pastelaria e Similares</i>	<i>Maria Fernanda Santos</i>
<i>Paixão Pela Cerveja</i>	<i>Purplesummer - Media & Events, Unipessoal, Lda.</i>	<i>Purplesummer - Media&Events, Unipessoal, Lda.</i>
<i>Paixão Pelo Vinho</i>		
<i>Cabelosonline.com</i>	<i>Rui Romano - Edições e Representações, Lda.</i>	<i>Rui Romano - Edições e Representações, Lda.</i>
<i>A Planície</i>	<i>SEB - Sociedade Editorial Betica, Lda.</i>	<i>SEB - Sociedade Editorial Bética, Lda.</i>
<i>Campo & Jardim</i>	<i>Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira</i>	<i>Silva & Rocha Editores, Lda.</i>
<i>Cozinha Saudável</i>		
<i>Vida & Saúde Natural</i>	<i>Zenelly Publishing Publicações, Unipessoal, Lda.</i>	<i>Zenelly Publishing, Publicações, Unipessoal Lda.</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC.

A IF Executives – Edição e Formação, S.A., é totalmente detida pelo grupo francês de formação Abilways SAD (Figura 39).

Fig. 39 - Estrutura de capital da proprietária e editora **IF Executives - Edições e Formação, S.A.**



Fonte: ERC - Portal da Transparência

6.1.1. Entidades reguladas e OCS relacionados com a distribuição e exploração de áreas comerciais

As atividades associadas à produção e exploração de bens essenciais têm uma relação de grande proximidade com as grandes superfícies comerciais e de distribuição, responsáveis por uma grande fatia da venda daqueles bens ao público. Estas últimas entidades são também entidades proprietárias de órgãos de comunicação social próprios, normalmente publicações periódicas. Já os editores das publicações periódicas propriedade destas superfícies comerciais são, na maioria, entidades independentes que têm como atividade principal a comunicação social ou a edição de conteúdos para a comunicação social (Figura 40).

Fig. 40 - Publicações periódicas, proprietários e / ou editores relacionados com a distribuição e exploração de áreas comerciais

<i>Publicação Periódica</i>	<i>Empresa proprietária</i>	<i>Editor</i>
-----------------------------	-----------------------------	---------------

<i>Sabe Bem Faz Bem</i>	<i>Pingo Doce - Distribuição Alimentar, S.A.</i>	<i>Cofina Media, S.A.</i>
<i>Continente Magazine</i>	<i>Modelo Continente Hipermercados, S.A.</i>	<i>Edit Público MKT Publishing</i>
<i>Apetece</i>	<i>El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.</i>	<i>El Corte Inglés Grandes Armazéns, S.A.</i>
<i>Shopping - Centros Comerciais Em Revista</i>	<i>Associação Portuguesa de Centros Comerciais</i>	<i>Mediaparl - Comunicações e Serviços, Lda.</i>
<i>Notícias Recheio</i>	<i>Recheio Cash & Carry, S.A.</i>	<i>Recheio Cash&Carry, S.A.</i>
<i>Gourmet Magazine</i>	<i>El Corte Inglés, Grandes Armazéns, S.A.</i>	<i>The Hotel - Room for Ideas</i>
<i>Hipersuper</i>	<i>WorkMedia - Comunicação, S.A.</i>	<i>WorkMedia - Comunicação, S.A.</i>
<i>Distribuição Hoje</i>	<i>IF Executives - Edições e Formação, S.A.</i>	<i>IF Executives-Edições e Formação, S.A.</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

6.2 Entidades reguladas e OCS de temática de Saúde e Bem-estar

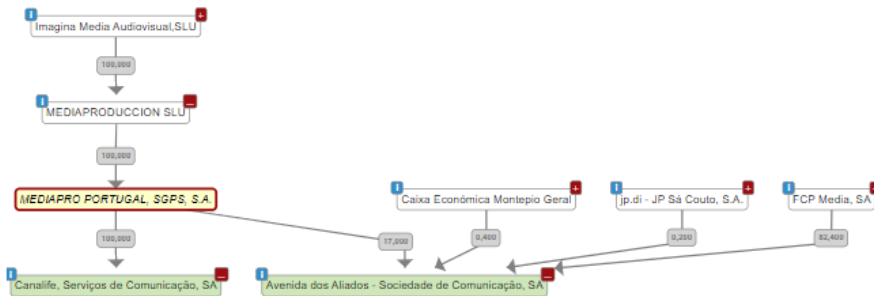
Os OCS tipicamente detidos pelas entidades do setor da saúde e bem-estar são as publicações periódicas que, neste momento, perfazem um total de 48.

A estas publicações periódicas acresce um operador televisivo autorizado pela ERC em 2018: a sociedade Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., detentora do serviço de programas S+. Este operador televisivo, exclusivamente dedicado à temática da saúde, foi autorizado pela Deliberação ERC/2018/33, de 14 de março de 2018 – «autorização para o exercício de televisão através de um serviço de programas televisivo temático de saúde, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado S+».

A entidade proprietária do serviço de programas S+ é a Canalife, Serviços de Comunicação, S.A., detida a 100 % pela Mediapro Portugal SGPS, S.A. (Figura 41), a qual também detém uma participação qualificada num outro operador televisivo em Portugal: a Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., cujo serviço de programas, generalista, é o Porto Canal.

Fig. 41 - Mediapro Portugal, SGPS, S.A.: entidades detentoras e detidas

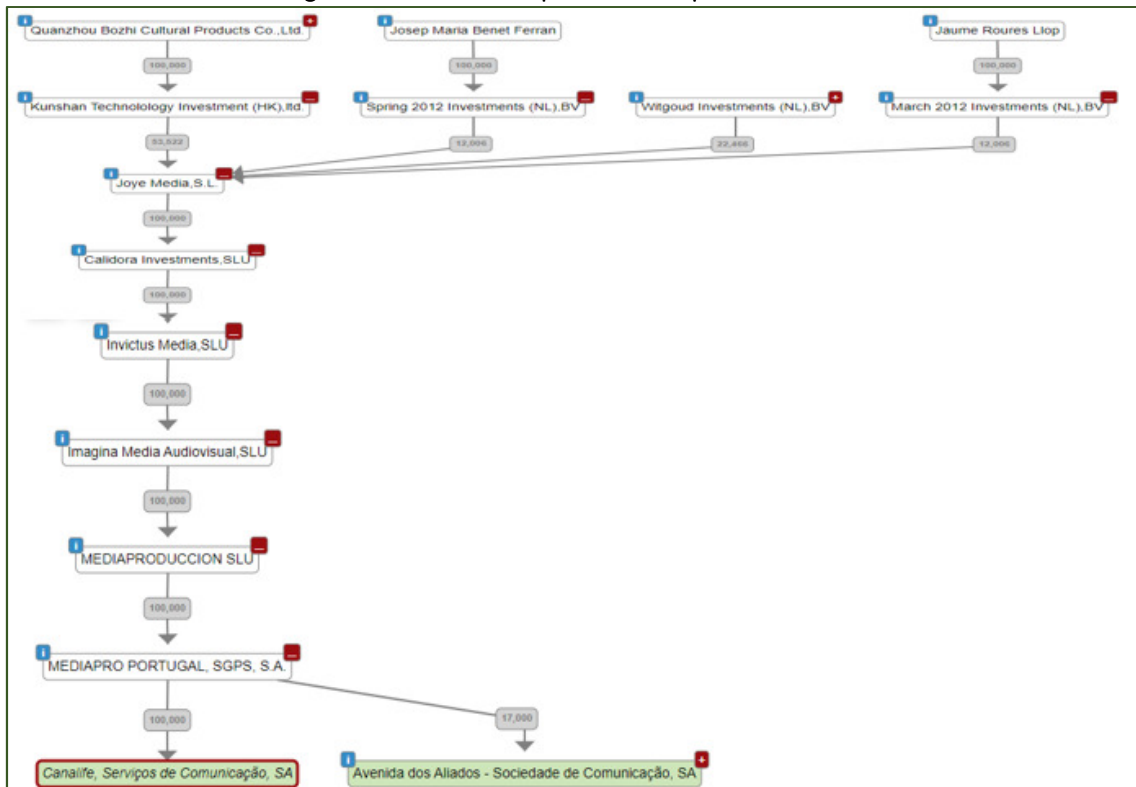
Legenda
 Detém diretamente OCS



Fonte: ERC – Portal da Transparência

A Mediapro Portugal SGPS, S.A. é uma empresa detida a 100 % pela Mediaproduccion SLU, empresa internacional com sede em Espanha que tem como objeto fornecer serviços técnicos e criativos para o setor do audiovisual em todo o mundo. A respetiva estrutura de capital social é descrita na Figura 42.

Fig. 42 - Estrutura de capital da Mediaproduccion SLU



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Importa salientar que, das 48 entidades que compõem o setor da saúde, apenas oito são proprietárias de cerca de 40 % de todos os OCS desta temática. Na Figura 43 estão indicadas aquelas entidades que detêm, cada uma, pelo menos dois OCS dedicados à saúde e bem-estar.

Fig. 43 - Entidades detentoras / editoras de dois ou mais publicações periódicas dedicadas à Saúde e Bem-estar

<i>Entidade proprietária / editora</i>	<i>Publicações Periódicas</i>
Editora Códigopro - Edição de Publicações Periódicas Unipessoal, Lda.	<i>OpticaPro</i>
	<i>JoiaPro</i>
	<i>DentalPro</i>
	<i>Oftalpro</i>
	<i>Labpro</i>
Hollyfar - Marcas e Comunicação, Lda.	<i>Viver Saudável</i>
	<i>Farmácia Distribuição</i>
	<i>Marketing Farmacêutico</i>
Plot - Content Agency, S.A.	<i>PH+ Informação com a sua farmácia</i>
	<i>SV-Saber Viver</i>
	<i>Prevenir</i>
Luz Saúde, S.A.	<i>Informação Luz Saúde Beatriz Ângelo</i>
Ana Catarina de Sousa Pereira Madureira	<i>Saúde e Bem-Estar</i>
	<i>Cozinha Saudável</i>
Ordem dos Médicos	<i>Acta Médica Portuguesa</i>
	<i>Nortemédico</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

Apurámos ainda que as sociedades comerciais com atividades principais típicas da área da comunicação, tais como i) Edição de revistas e de outras publicações periódicas e ii) Agências de publicidade, são também as proprietárias de cerca de um quinto dos meios de comunicação social (essencialmente publicações periódicas) associados a este setor. Nota-se que existe uma aposta destas empresas na especialização da redação de conteúdos para a área da saúde e bem-estar.

Por seu turno, as ordens profissionais como a Ordem dos Médicos e a Ordem dos Farmacêuticos e, também, o Sindicato dos Enfermeiros e outras entidades pertencentes à área da prestação de cuidados de saúde detêm as suas próprias publicações periódicas, reportando diretamente dados sociais e financeiros para cumprimento das obrigações da transparência. O mesmo sucede com as sociedades científicas e associações de doentes descritas na Figura 44.

Fig. 44 - Organizações da área da saúde e bem-estar detentoras de publicações periódicas sobre esta temática

<i>Entidade proprietária / editora</i>	<i>Publicação Periódica</i>
Associação Nacional dos Ópticos	<i>Ver</i>
Associação Portuguesa de Insuficientes Renais – APIR	<i>Nefrêmea</i>
Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas	<i>LPCDR Info Liga Portuguesa Contra as Doenças Reumáticas</i>
Sociedade Portuguesa de Cardiologia	<i>Revista Portuguesa de Cardiologia</i>
Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla	<i>Boletim Esclerose Múltipla</i>

APDP - Associação Protectora dos Diabéticos de Portugal	<i>Diabetes - Viver em Equilíbrio</i>
Associação de Apoio aos Doentes Depressivos e Bipolares - ADEB	<i>Bipolar</i>
Associação Portuguesa de Hemofilia e de outras Coagulopatias Congénitas (APH)	<i>Hemofilia</i>
Raríssimas - Associação Nacional de Deficiências Mentais e Raras	<i>Páginas Raras</i>

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal da Transparência e da Base de Registos da ERC

6.3 Entidades reguladas e OCS da área do Desporto

Na área do Desporto, assumem especial relevância os operadores televisivos, dos quais três são propriedade direta ou indireta de clubes de futebol. No total, são seis os operadores televisivos detidos por entidades desportivas ou com serviços de programas de âmbito desportivo (Figura 45).

Fig. 45 - Operadores televisivos detidos por entidades desportivas ou com serviços de programas de âmbito desportivo

<i>Serviço de programas televisivo</i>	<i>Classificação</i>	<i>Operador televisivo</i>	<i>Data de autorização</i>	
Porto Canal	<i>Generalista</i>	Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.	<i>28-09-2006</i>	
Benfica TV	<i>Temática - Desporto</i>	Benfica TV, S.A.	<i>30-09-2008</i>	
Fuel TV	<i>Temática - Desporto</i>	Fuel TV - EMEA, S.A.	<i>03-02-2016</i>	
SPORT TV 1	<i>Temática - Desporto</i>	Sport TV Portugal, S.A.	<i>02-09-1998</i>	
SPORT TV 2	<i>Temática - Desporto</i>		<i>16-05-2006</i>	
SPORT TV 3	<i>Temática - Desporto</i>		<i>20-05-2008</i>	
SPORT TV 4	<i>Temática - Desporto</i>		<i>23-12-2008</i>	
SPORT TV 5	<i>Temática - Desporto</i>		<i>20-01-2010</i>	
SPORT TV ÁFRICA	<i>Temática - Desporto</i>		<i>24-07-2008</i>	
SPORT TV +	<i>Temática - Desporto</i>		<i>18-07-2016</i>	
Sporting TV	<i>Temática - Desporto</i>		Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.	<i>14-07-2014</i>
A Bola TV	<i>Temática - Desporto</i>		Vicra Comunicações, Lda.	<i>19-09-2012</i>

Fonte: ERC

Para além dos operadores televisivos, estão registados na Plataforma da Transparência 56 outros OCS de âmbito desportivo, 47 publicações periódicas e três operadores de rádio, com quatro serviços de programas (Figura 46).

Fig. 46 - Operadores radiofónicos e serviços de programas da temática Desporto

<i>Serviço de programas radiofónico</i>	<i>Operador radiofónico</i>	<i>Titularidade direta</i>	<i>Titularidade indireta</i>
Estádio 89.0	<i>Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.</i>	<i>Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.</i>	<i>RDD - Rádio Desporto, SA</i>
REGIONAL FM - 88.1	<i>Baobad - Comunicações e Publicações, S.A.</i>	<i>Acácio Martins Marinho (75%) Elísio Cabral Oliveira (25%)</i>	--
Golo FM (Bombarral)	<i>Match FM, Unipessoal, Lda. (100%)</i>	<i>Goal News FM Radio, Lda. (100%)</i>	<i>Manuel Joaquim Conceição Vinhas da Silva (99%)</i>
Golo FM (Ponte de Sor)			<i>Maria Helena da Conceição Pinto Vinhas (1%)</i>
Golo FM (Amarante)	<i>Superádio, Unipessoal, Lda. (100%)</i>	<i>Salpicos de Publicidade, Lda. (100%)</i>	<i>José João Vinhas da Silva (50%) Júlia Cândida Amorim Monteiro (50%)</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência

As entidades que detêm dois ou mais OCS desportivos (publicações periódicas e operadores televisivos) são as representadas na Figura 47.

Fig. 47 - Entidades com dois ou mais OCS da temática Desporto

<i>Entidade-base</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Operador televisivo</i>	<i>Serviço de programas televisivo</i>
Sociedade Vicra Desportiva, S.A.	<i>A Bola Auto Foco Cadernos de A Bola Mundo Desportivo</i>	<i>Vicra Comunicações, Lda.</i>	<i>A Bola TV</i>
Futebol Clube do Porto	<i>Dragões</i>		
Avenida dos Aliados, S.A.		<i>Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A.</i>	<i>Porto Canal</i>
Sport Lisboa e Benfica	<i>O Benfica</i>		
Benfica TV, S.A.		<i>Benfica TV, S.A.</i>	<i>Benfica TV</i>
Sporting Clube de Portugal	<i>Sporting</i>		
Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.		<i>Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.</i>	<i>Sporting TV</i>

<i>Federação Portuguesa de Voleibol</i>	<i>O Gira-Vólei</i>
	<i>O Voleibol</i>
<i>Automóvel Clube de Portugal</i>	<i>Autoclube</i>
	<i>Revista ACP</i>

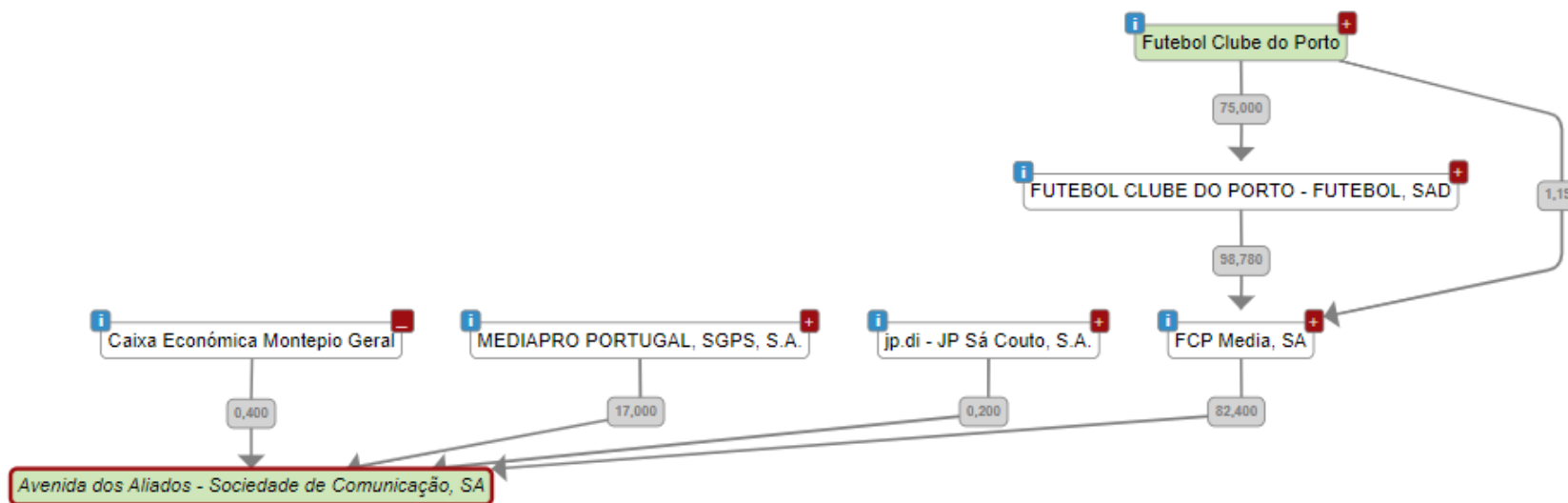
Fonte: ERC – Portal da Transparência

A maioria destes OCS é detida por clubes desportivos ou por outras sociedades comerciais com as quais aqueles têm uma relação de domínio ou de grupo. Nas figuras seguintes estão identificadas as principais participações qualificadas nas estruturas de capital social dos referidos clubes e sociedades comerciais dedicados à temática do Desporto.

Futebol Clube do Porto / Avenida dos Aliados, S.A.

Fig. 48 - Estrutura acionista da Avenida dos Aliados, S.A.

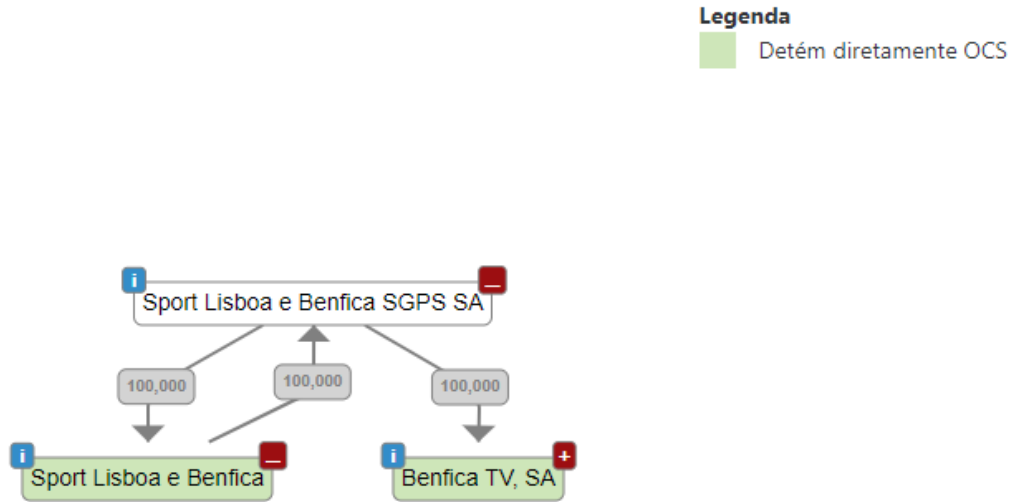
Legenda
■ Detém diretamente OCS



Fonte: ERC – Portal da Transparência

Sport Lisboa e Benfica / Sport Lisboa e Benfica - Futebol, SAD / Benfica TV, S.A.

Fig. 49 - Estrutura acionista da Benfica TV, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.

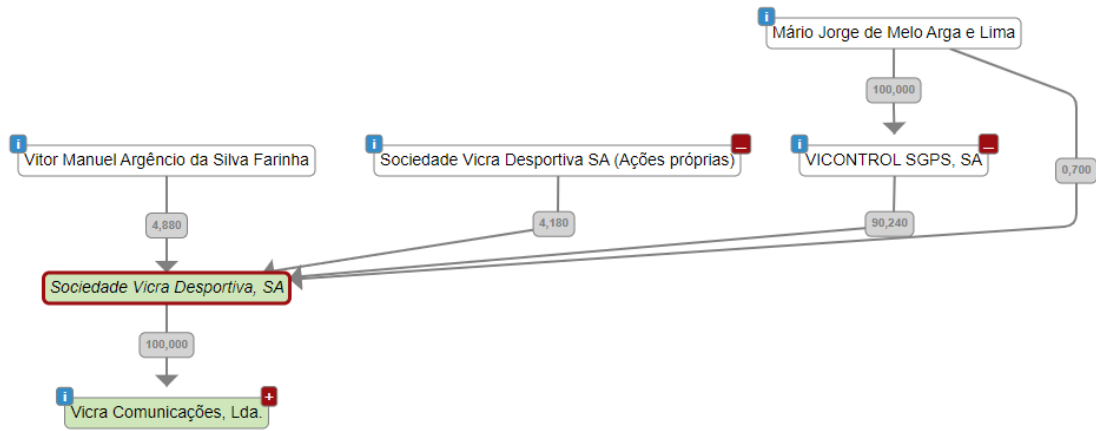
Fig. 50 - Estrutura acionista da Sporting Comunicação e Plataformas, S.A.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Vicra Comunicações, Lda. / Sociedade Vicra Desportiva, S.A.

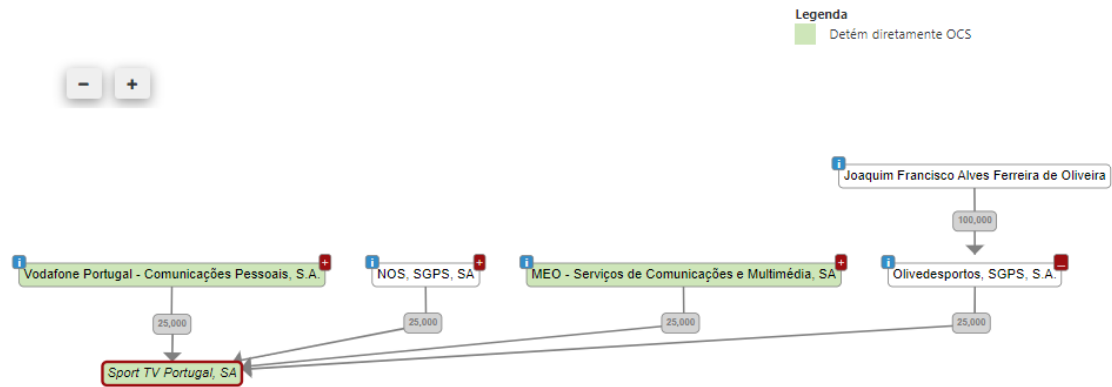
Fig. 51: Estrutura acionista da Vicra Comunicações, Lda.



Fonte: ERC - Portal da Transparência

Sport TV Portugal, S.A.

Fig. 52 - Estrutura acionista da Sport TV Portugal, S.A.



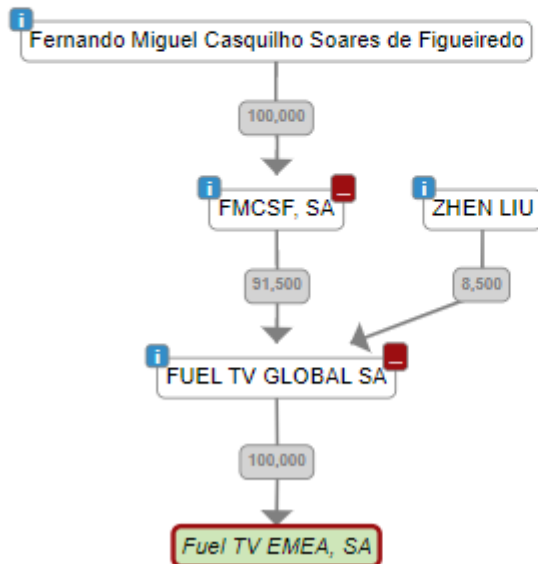
Fonte: ERC - Portal da Transparência

Fuel TV EMEA, S.A.

Fig. 53 - Estrutura acionista da Fuel TV EMEA, S.A.

Legenda

■ Detém diretamente OCS



Fonte: ERC - Portal da Transparência

6.4 Entidades reguladas e OCS de temática religiosa

As entidades religiosas proprietárias de órgãos de comunicação social - publicações periódicas na maioria, como nos outros três setores acima descritos - correspondem, em número, a mais de 10 % do total de entidades registadas na Plataforma da Transparência. Destas, cerca de 80 % pertencem à Igreja Católica.

TELEVISÕES / temática religiosa

Na Figura 54 estão descritos os operadores televisivos e respetivos serviços de programa por inspiração religiosa.

Fig. 54: Operadores e serviços de programas televisivos de temática religiosa

OCS / Serviço de programas	Tipo de OCS	Entidade-base	Titularidade direta	Inspiração religiosa
TV Canção Nova Portugal	Televisão	Comunidade Canção Nova	Associados (100%)	Cristã/Católica
TV Maná-1	WebTV	Maná - Igreja Cristã	Associados (100%)	Cristã/Maná
TV Maná-2				
TV Maná-3				
TV Maná-Brasil				
Kuriakos TV	Televisão	Motes & Ideias, Lda.	Gerson Carlos Ferreira Pimentel (40%) Associação Cultura e Valor (60%)	Cristã/Maná

Fonte: ERC – Portal da Transparência

O serviço de programas televisivo TV Canção Nova Portugal, temático religioso, de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura, foi aprovado pela Deliberação ERC/2017/171 (AUTTV). Tem uma presença no território nacional desde 2000, com a produtora de conteúdos Frente Fátima, a qual produz conteúdos para a Comunidade Canção Nova no Brasil.

O serviço de programas temático religioso Kuriakos TV, aprovado pela Deliberação 2016/105 (AUT-TV), tem o objetivo de difundir conteúdos predominantemente religiosos «e envolvidos na divulgação da cultura e valores familiares», através de uma parceria estratégica constituída maioritariamente entre a sociedade Motes & Ideias, a Maná-Igreja Cristã e outras associações congéneres do Ministério Maná, principais responsáveis pela produção, criação e edição dos conteúdos que compõem a grelha de programação do canal.

Rádios propriedade direta ou indireta de entidades religiosas

Os serviços de programas de operadores radiofónicos assumem particular importância para as entidades religiosas. Neste momento, encontram-se registados na Plataforma da Transparência 11 operadores radiofónicos detidos direta ou indiretamente, parcial ou totalmente, por estas entidades (Figura 55).

Fig. 55: Operadores e serviços de programas radiofónicos propriedade de entidades religiosas

Serviços de programas radiofónicos	Tipo de OCS	Entidade-base	Principais detentores	% de detenção
Renascença RFM	Rádio	Rádio Renascença, Lda.	Patriarcado de Lisboa	60,00
Mega Hits Mega Hits Viseu			Conferência Episcopal Portuguesa	40,00

<i>Rádio Adgentes</i>	<i>Webrádio</i>	<i>Sociedade Missionária da Boa Nova</i>	<i>Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova</i>	<i>100,00</i>
<i>Canal 1 Posto Emissor do Funchal</i>	<i>Rádio</i>	<i>Posto Emissor de Radiodifusão do Funchal, Lda.</i>	<i>Diocese do Funchal</i>	<i>49,79</i>
			<i>Seminário Maior de Nossa Senhora De Fátima</i>	<i>49,79</i>
			<i>Sociedade de Concertos da Madeira</i>	<i>0,43</i>
<i>Rádio Campanário</i>	<i>Rádio</i>	<i>Rádio Campanário - Voz de Vila Viçosa, CRL</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de Bencatel; Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de S. Bartolomeu; Fábrica da Igreja Paroquial da freguesia de Nossa Senhora Conceição</i>	<i>100,00</i>
<i>Antena Sul</i>		<i>Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.</i>	<i>Global Difusion</i>	<i>100,00</i>
<i>Kiss FM e Regional do Algarve</i>	<i>Rádio</i>	<i>R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.</i>	<i>SGPS, SA/ Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>

Record Porto		<i>Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.</i>		100,00
Record Santarém		<i>Rádio Pernes, Lda.</i>		100,00
Rádio Positiva		<i>Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.</i>		100,00
Record FM e Record Leiria		<i>Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.</i>		100,00
Informédia Rádio	<i>Rádio</i>	<i>Inforádio - Comunicação Social, S.A.</i>	<i>Igreja Cristã Pentecostal</i>	14,00
			<i>Albino Ferreira</i>	64,00
			<i>Outros titulares de participações</i>	22,00

Fonte: ERC - Portal da Transparência

Na área das rádios propriedade de entidades religiosas ou de temática religiosa, destaca-se o Grupo Rádio Renascença, com a estrutura de capital que se segue na Figura 56.

Fig. 56: Descrição do Grupo Renascença

<i>Serviço de programas radiofónico</i>	<i>Tipologia</i>	<i>Entidade-base</i>	<i>Titularidade direta</i>	<i>Titularidade indireta</i>	<i>% de detenção</i>
RR	<i>Generalista</i>	<i>Rádio Renascença, Lda.</i>	<i>Conferência Episcopal Portuguesa</i>		60,00
RFM	<i>Generalista</i>				
Mega Hits	<i>Temático - Musical</i>		<i>Patriarcado de Lisboa</i>		40,00
Mega Hits Viseu	<i>Temático – Musical</i>				
Mega Hits (Coimbra)	<i>Temático – Musical</i>	<i>Rádio 90 FM Coimbra, Radiodifusão, Lda.</i>	<i>Rádio Renascença, Lda.</i>	<i>Conferência Episcopal Portuguesa</i>	60,00
				<i>Patriarcado de Lisboa</i>	40,00
Rádio SIM (Porto)	<i>Generalista</i>	<i>Moviface - Meios</i>	<i>Rádio Renascença, Lda.</i>	<i>Conferência Episcopal Portuguesa</i>	60,00

		Publicitários, Lda.		Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Porto)	Temático – Musical	Rádio Metropolitana	Rádio	Conferência Episcopal	60,00
		- Comunicação Social, Lda.	Renascença, Lda.	Portuguesa Patriarcado de Lisboa	40,00
Rádio SIM (Setúbal)	Generalista	Rádio PAL, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio	Conferência Episcopal	60,00
			Renascença, Lda.	Portuguesa Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Aveiro)	Temático – Musical	Rádio Regional de Aveiro - Empresa de Radiodifusão, Lda.	Rádio	Conferência Episcopal	60,00
			Renascença, Lda.	Portuguesa Patriarcado de Lisboa	40,00
Mega Hits (Lisboa)	Temático – Musical	RO - Edições e Publicidade, Sociedade Unipessoal, Lda.	Rádio	Conferência Episcopal	60,00
			Renascença, Lda.	Portuguesa Patriarcado de Lisboa	40,00

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Fig. 57: Publicações periódicas de temática religiosa e respetivas dioceses

<i>Publicação periódica</i>	<i>Fábrica da igreja</i>	<i>Diocese</i>
<i>Ecos da Ria</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Beduído</i>	<i>Aveiro</i>
<i>Jornal Terras do Vouga</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Silva Escura</i>	<i>Aveiro</i>
<i>Jornal Timoneiro</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Gafanha da Nazaré</i>	<i>Aveiro</i>
<i>Notícias de Avanca</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Avanca</i>	<i>Aveiro</i>
<i>Jornal O Leme</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial S. Maria</i>	<i>Beja</i>
<i>Paróquia de Grândola</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Grândola</i>	<i>Beja</i>
<i>Mensagem Nova - Boletim Cultural e Informativo da Paróquia de Adaúfe</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Adaúfe</i>	<i>Braga</i>
<i>O Conquistador</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial N.ª Sr.ª de Oliveira</i>	<i>Braga</i>
<i>Voz de Antas</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de São Paio de Antas</i>	<i>Braga</i>

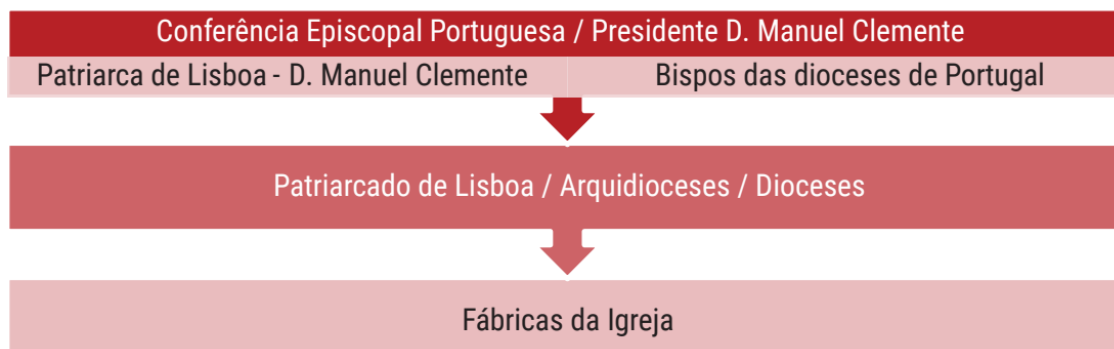
<i>Voz de Gondar</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de S. João Baptista de Gondar</i>	<i>Braga</i>
<i>Jornal Boa Nova</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Cantanhede</i>	<i>Coimbra</i>
<i>Luz, Boletim Interparoquial</i>	<i>Fábrica da Igreja da Freguesia de Santiago da Guarda</i>	<i>Coimbra</i>
<i>Paionense</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Paião</i>	<i>Coimbra</i>
<i>O Dever</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de São Julião da Figueira da Foz</i>	<i>Coimbra</i>
<i>Notícias de Sousel</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Sousel</i>	<i>Évora</i>
<i>Altitude</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Arraiolos</i>	<i>Évora</i>
<i>Jornal Palavra</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Reguengos de Monsaraz</i>	<i>Évora</i>
<i>Jornal Voz do Sado</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santiago de Alcácer do Sal</i>	<i>Évora</i>
<i>O Montemorense</i>	<i>Fábrica de Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Vila de Montemor-o-Novo</i>	<i>Évora</i>
<i>O Mouranense</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Mourão</i>	<i>Évora</i>
<i>Jornal a Defesa</i>	<i>Sociedade Instrutiva Regional Eborense, SA</i>	<i>Évora</i>
<i>Sempre Jovem</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Várzea da Serra</i>	<i>Lamego</i>
<i>Sopé da Montanha</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Tarouca</i>	<i>Lamego</i>
<i>A Voz da Freixianda</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freixianda</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
<i>Caminheiro</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de São Mamede</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
<i>Fátima XXI Revista Cultural do Santuário de Fátima</i>	<i>Fábrica do Santuário de Nossa Senhora do Rosário de Fátima</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
<i>Jornal de Minde</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Minde</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
<i>Jornal Mais Além</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa-Eufémia</i>	<i>Leiria-Fátima</i>

Jornal Notícias da Caranguejeira	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Caranguejeira</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
Mais Além	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Eufémia</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
Voz da Freixianda	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Freixianda</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
Voz de Mira de Aire	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Mira de Aire</i>	<i>Leiria-Fátima</i>
A Voz do Mar	<i>Fábrica da Igreja Paroquial Nossa Senhora da Ajuda da Cidade de Peniche</i>	<i>Lisboa</i>
Badaladas	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia São Pedro e Santiago de Torres Vedras</i>	<i>Lisboa</i>
Jornal Alvorada	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Anunciação da Lourinhã</i>	<i>Lisboa</i>
O Alcoa	<i>Fábrica da Igreja Paroquial do Santíssimo Sacramento de Alcobaça</i>	<i>Lisboa</i>
A Mensagem	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Crato e Mártires</i>	<i>Portalegre-Castelo Branco</i>
Ecos da Sobreira	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia da Sobreira Formosa</i>	<i>Portalegre-Castelo Branco</i>
Ecos do Sor	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ponte de Sor</i>	<i>Portalegre-Castelo Branco</i>
Mensageiro de Alter	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Assunção de Alter do Chão</i>	<i>Portalegre-Castelo Branco</i>
O Concelho de Proença-a-Nova	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Proença-a-Nova</i>	<i>Portalegre-Castelo Branco</i>
Raiano	<i>Fábrica da Igreja da Paróquia de Idanha-a-Nova</i>	<i>Portalegre e Castelo Branco</i>
Reconquista	<i>Fábrica da Igreja da Paróquia S. Miguel da Sé</i>	<i>Portalegre e Castelo Branco</i>
A Voz de Leça	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Leça da Palmeira</i>	<i>Porto</i>
João Semana	<i>Fábrica da Igreja Paroquial São Cristóvão de Ovar</i>	<i>Porto</i>
Jornal Crescendo	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cruz do Bispo</i>	<i>Porto</i>

<i>Jornal Renovar</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Fiães</i>	<i>Porto</i>
<i>Vida de Rebordões</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Rebordões</i>	<i>Porto</i>
<i>Voz de Alpiarça</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santo Eustáquio da Freguesia de Alpiarça</i>	<i>Santarém</i>
<i>Ecos da Meadela</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Cristina da Meadela</i>	<i>Viana do Castelo</i>
<i>Jornal O Alvaranense</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Alvarães</i>	<i>Viana do Castelo</i>
<i>Jornal Serra e vale</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Covas</i>	<i>Viana do Castelo</i>
<i>União de Coura</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Bico</i>	<i>Viana do Castelo</i>
<i>Vinha de Areosa</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial de Santa Maria de Areosa</i>	<i>Viana do Castelo</i>
<i>Arriba, Santiago!</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Santiago de Besteiros</i>	<i>Viseu</i>
<i>Jornal Ecos de Mundão</i>	<i>Fábrica da Igreja da Paróquia de Mundão</i>	<i>Viseu</i>
<i>O Penalvense</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia de Ínsua</i>	<i>Viseu</i>
<i>Planalto</i>	<i>Fábrica da Igreja Planalto Nelas</i>	<i>Viseu</i>
<i>Terras de Santa Maria Madalena</i>	<i>Fábrica da Igreja Paroquial da Freguesia do Campo</i>	<i>Viseu</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência

Os principais grupos em que se organiza a hierarquia da Igreja Católica em Portugal estão, como vimos, representados na Plataforma da Transparência através da detenção direta ou indireta, na totalidade ou em parte, de vários tipos de órgãos de comunicação social.



Ainda no âmbito dos serviços de programas radiofónicos, importa destacar que a sociedade Global Difusion, SGPS, S.A., proprietária de seis operadores radiofónicos, é detida a 100 % pela Igreja Universal do Reino de Deus (Figura 58).

Fig. 58: OCS detidos pela sociedade Global Difusion SGPS, S.A. / Igreja Universal do Reino de Deus

<i>Serviço de programas radiofónico</i>	<i>Tipologia</i>	<i>Entidade-base</i>	<i>Titularidade direta</i>	<i>Titularidade indireta</i>	<i>% de detenção</i>
Record FM		<i>Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Record Leiria	<i>Generalista</i>	<i>Record FM - Sociedade de Meios Audiovisuais de Sintra, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Antena Sul	<i>Generalista</i>	<i>Horizontes Planos, Informação e Comunicação, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Record Porto	<i>Generalista</i>	<i>Rádio Clube de Gaia - Serviço Local de Radiodifusão Sonora, S.A.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Kiss FM	<i>Temático-Musical</i>	<i>R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Record Algarve	<i>Generalista</i>	<i>R.T.A. - Sociedade de Radiodifusão e Telecomunicação de Albufeira, Unipessoal, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Record Santarém	<i>Generalista</i>	<i>Rádio Pernes, Lda.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>
Rádio Positiva	<i>Temático-Musical</i>	<i>Rádio Sem Fronteiras - Sociedade de Radiodifusão, S.A.</i>	<i>Global Difusion SGPS, S.A.</i>	<i>Igreja Universal do Reino de Deus</i>	<i>100,00</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência

À semelhança do exercício realizado para as áreas da Saúde e Bem-estar e Desporto, elencamos de seguida publicações periódicas detidas pela mesma entidade de carácter religioso, por igreja ou inspiração (Figura 59).

Fig. 59: Entidades com mais do que um OCS de temática religiosa

OCS	Entidade-base proprietária / editora	Temática/Igreja
O Mensageiro Presente Leiria-Fátima	Fundação Signis (Diocese de Leiria-Fátima)	Católica
Além-Mar Audácia Família Comboniana	Missionários Combonianos do Coração de Jesus	Católica
Família Cristã Síntese Liturgia Diária - A Missa de Cada Dia	Paulus Editora - Sociedade Unipessoal, Lda.	Católica
Porta do Sol O Almonda	Progresso e Vida - Empresa Tipográfica Jornalística, Lda.	Católica
Cavaleiro da Imaculada Catequistas Boletim Salesiano	Província Portuguesa da Sociedade Salesiana	Católica
Rosário de Maria Rosário e Vida Cristã	Secretariado Nacional do Rosário	Católica
Correio de Coimbra O Amigo do Povo	Seminário Maior da Sagrada Família de Coimbra	Católica
Boa Nova - Atualidade Missionária Cruzada Missionária - Voz da Missão Igreja e Missão Rádio Adgentes	Sociedade Portuguesa das Missões Católicas Ultramarinas/ Sociedade Missionária da Boa Nova	Católica
Revista Nova Cidadania Forum Canonicum Revista Portuguesa de Investigação Educacional Revista Gestão e Desenvolvimento Revista Humanística e Teologia	Universidade Católica Portuguesa	Católica
TV Maná-1 TV Maná-2 TV Maná-3 TV Maná-Brasil	Maná-Igreja Cristã	Maná-Igreja Cristã
Kuriakos TV Folha de Portugal IURD News	Motes & Ideias, Lda. Igreja Universal do Reino de Deus	Igreja Universal do Reino de Deus

<i>Lar Cristão</i>	<i>CEBAPES - Centro Baptista de Publicações, Unipessoal, Lda.</i>	<i>Igreja Evangélica Baptista</i>
<i>O Semeador Baptista</i>	<i>Convenção Baptista Portuguesa</i>	
<i>Hoje</i>		
<i>Dia a Dia</i>	<i>UBEP, Sociedade Unipessoal, Lda.</i>	<i>União Bíblica</i>
<i>Tribub do Jovem Leitor</i>		

Fonte: ERC - Portal da Transparência

6.5 Partidos Políticos

Os principais partidos políticos portugueses são também proprietários de órgãos de comunicação social e, como tal, estão obrigados a cumprir as exigências da Lei da Transparência. Na Figura 60 identificam-se os partidos e OCS registados na Plataforma da Transparência.

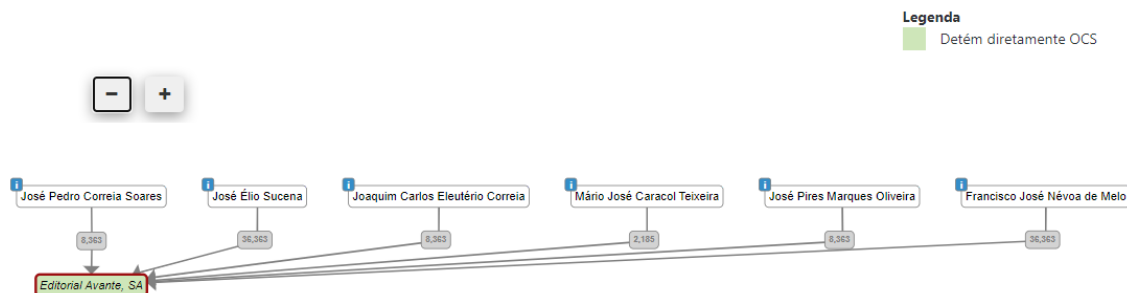
Fig. 60: OCS dos principais partidos políticos portugueses

OCS	Tipo de OCS	Proprietário	Editor
<i>ESQUERDA.NET</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Bloco de Esquerda</i>	<i>Bloco de Esquerda</i>
<i>Interior do Aveso</i>	<i>Publicação periódica</i>		
<i>CDSTV</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>CDS Partido Popular</i>	<i>CDS Partido Popular</i>
<i>Folha CDS</i>	<i>Publicação periódica</i>		
<i>Caderno Vermelho</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Partido Comunista Português</i>	<i>Editorial Avante, SA</i>
<i>Jornal Avante</i>	<i>Publicação periódica</i>		
<i>O Militante</i>	<i>Publicação periódica</i>		
<i>Jornal Povo Livre</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Partido Social-Democrata</i>	<i>Partido Social-Democrata</i>
<i>Acção Socialista</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Partido Socialista</i>	<i>Partido Socialista</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência

A maioria deste conjunto de partidos políticos registados na Plataforma da Transparência edita simultaneamente os OCS de que são detentores. O Partido Comunista Português delegou esta atividade de comunicação social numa sociedade anónima - a Editora Avante, S.A. (Figura 61) –, responsável pelo reporte de informação para cumprimento das obrigações de transparência.

Fig. 61: Estrutura de capital da sociedade Editorial Avante, S.A.



Fonte: ERC – Portal da Transparência

6.6 Sindicatos

Alguns dos sindicatos portugueses prosseguem também atividades de comunicação social, pelo que reportam dados relativos ao OCS sua propriedade (maioritariamente, publicações periódicas), composição dos órgãos sociais, caracterização financeira, entre outros elementos (Figura 62).

Fig. 62: OCS detidos por sindicatos

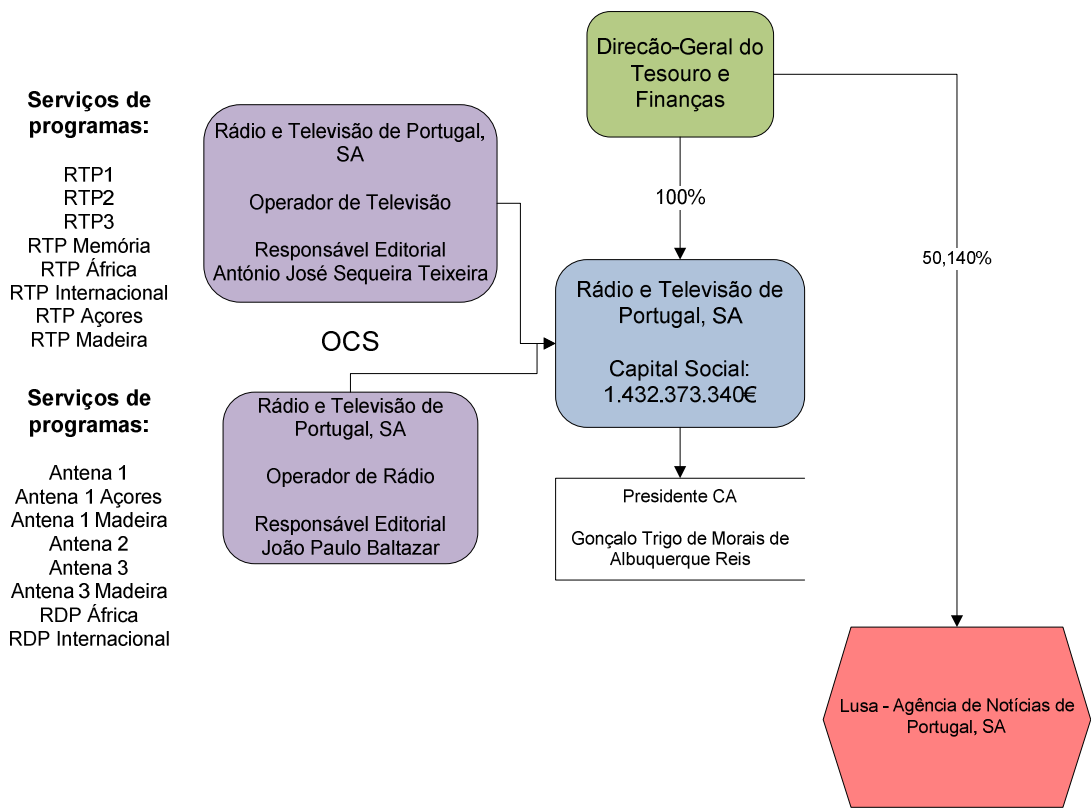
OCS	Tipo de OCS	Entidade Proprietária
<i>Enfermagem em Foco</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Sindicato dos Enfermeiros Portugueses</i>
<i>Ensino Superior - Revista do SNESup</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>SNESup - Sindicato Nacional do Ensino Superior</i>
<i>Jogadores</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Sindicato dos Jogadores Profissionais de Futebol</i>
<i>Jornal TFP</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Sindicato dos Trabalhadores em Funções Públicas e Sociais do Sul e Regiões Autónomas</i>
<i>Julgar</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>ASJP - Associação Sindical dos Juizes Portugueses</i>
<i>O Bancário</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Sindicato dos Bancários do Sul e Ilhas</i>
<i>Revista do Ministério Público</i>	<i>Publicação periódica</i>	<i>Sindicato dos Magistrados do Ministério Público</i>

Fonte: ERC – Portal da Transparência

7. APROFUNDAMENTO DAS RELAÇÕES TRANSVERSAIS DE TITULARIDADE DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DE *MEDIA* NACIONAIS

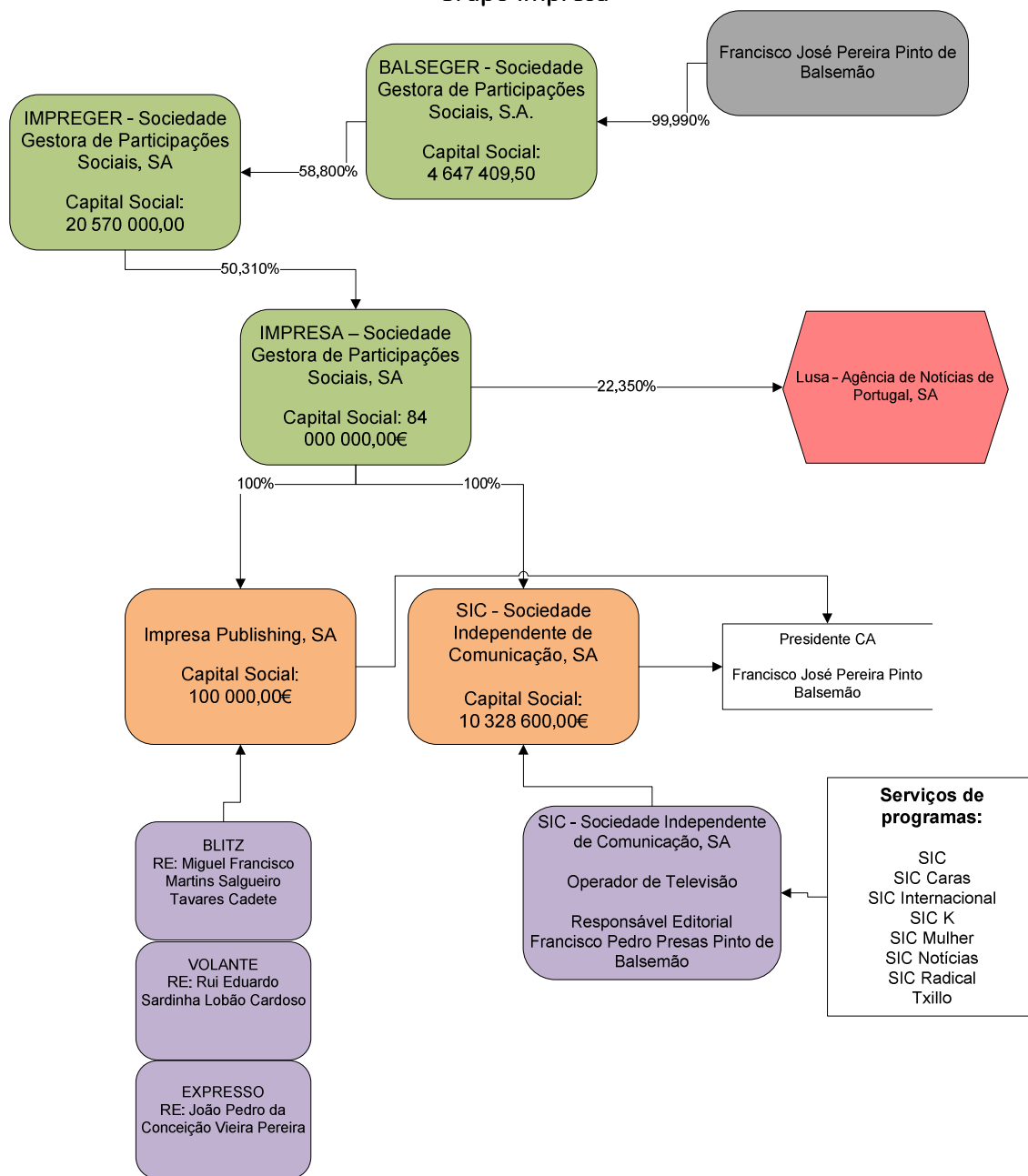
Neste ponto é apresentada a estrutura dos principais grupos de *media* nacionais. Os diagramas foram construídos exclusivamente a partir da informação comunicada pelas “empresas-base”. Procedeu-se a uma reconstituição e atualização dos titulares diretos e indiretos das participações associadas a essas “empresas-base” e à identificação dos OCS por si detidos e dos respetivos responsáveis pela orientação editorial.

Grupo RTP



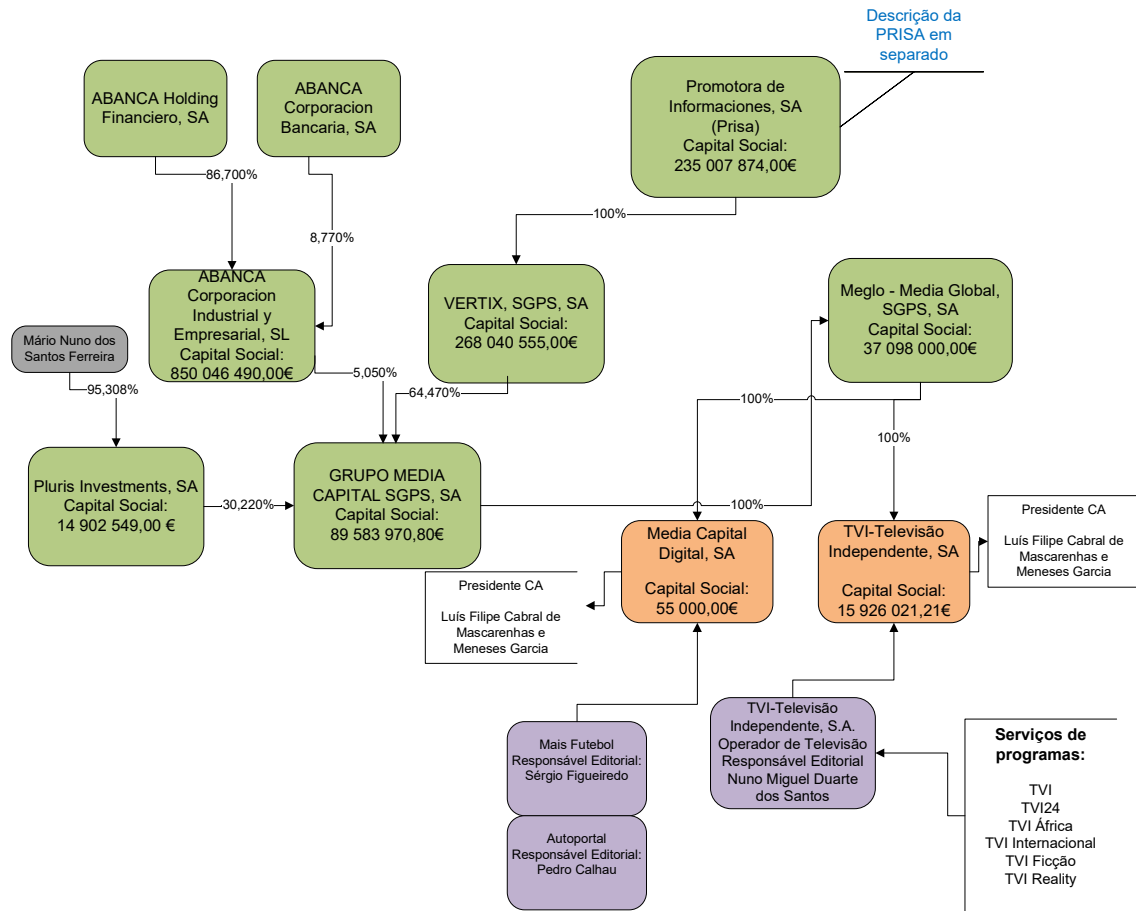
Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

Grupo Impresa



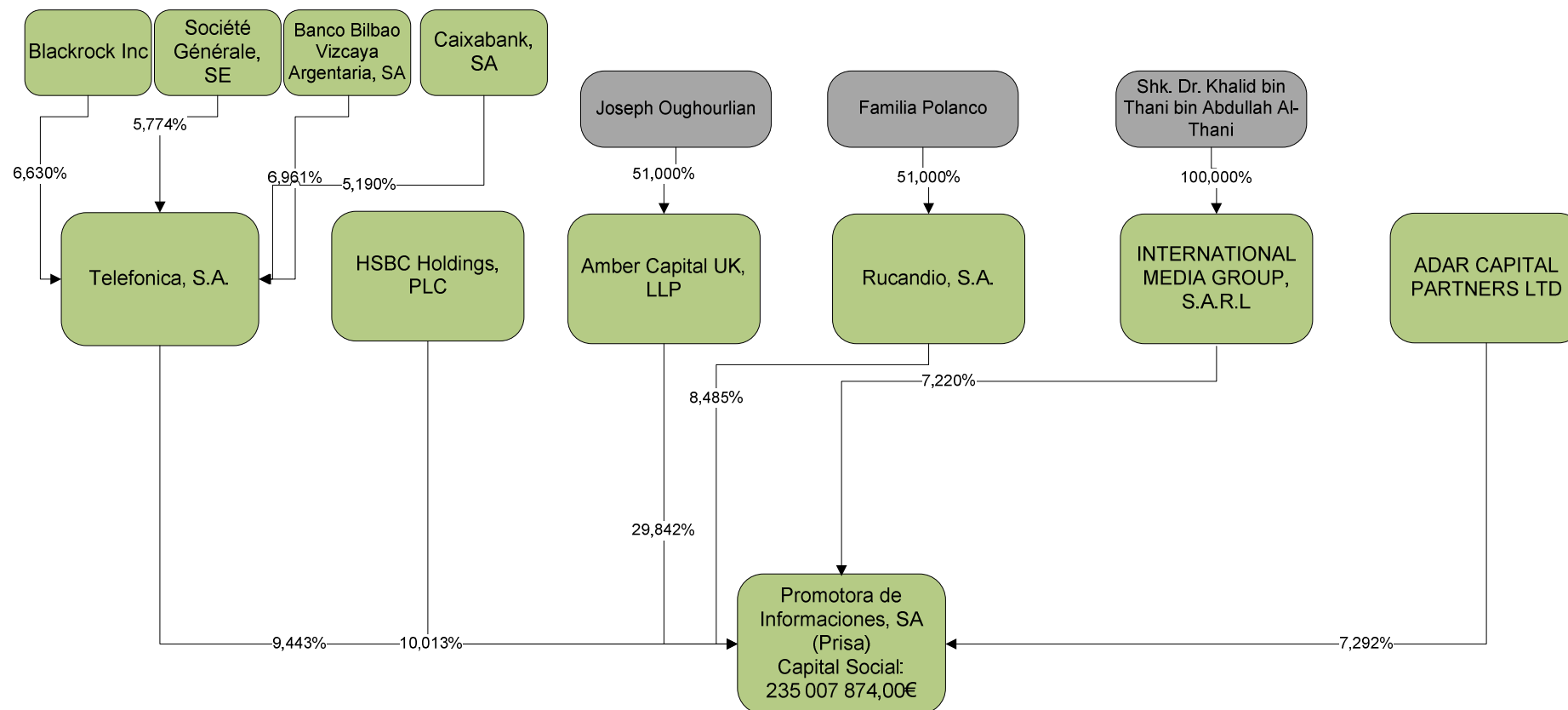
Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

Grupo Media Capital

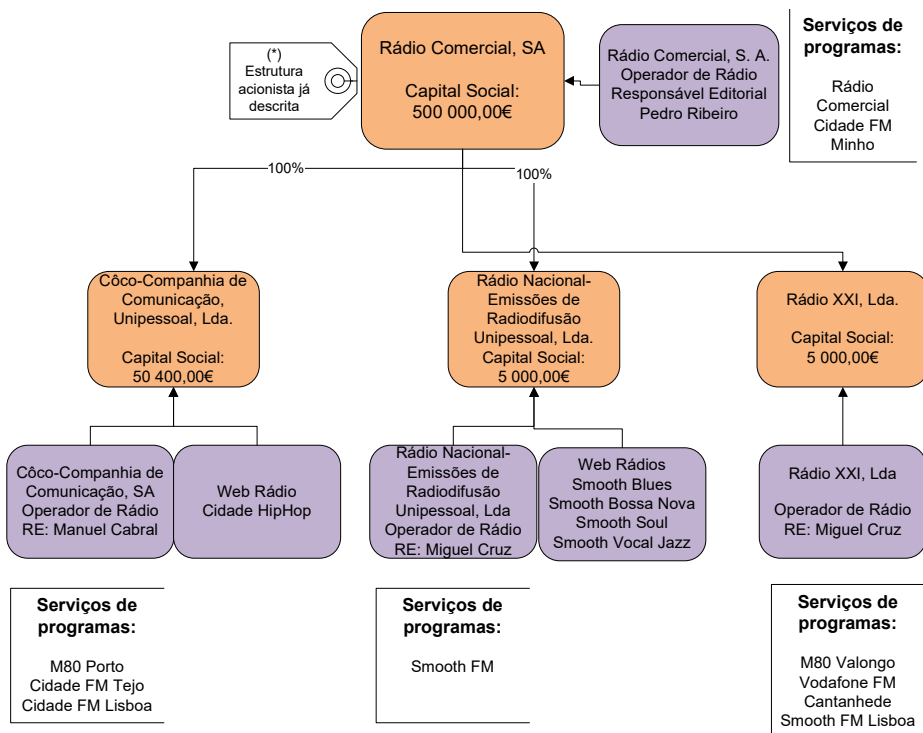


Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

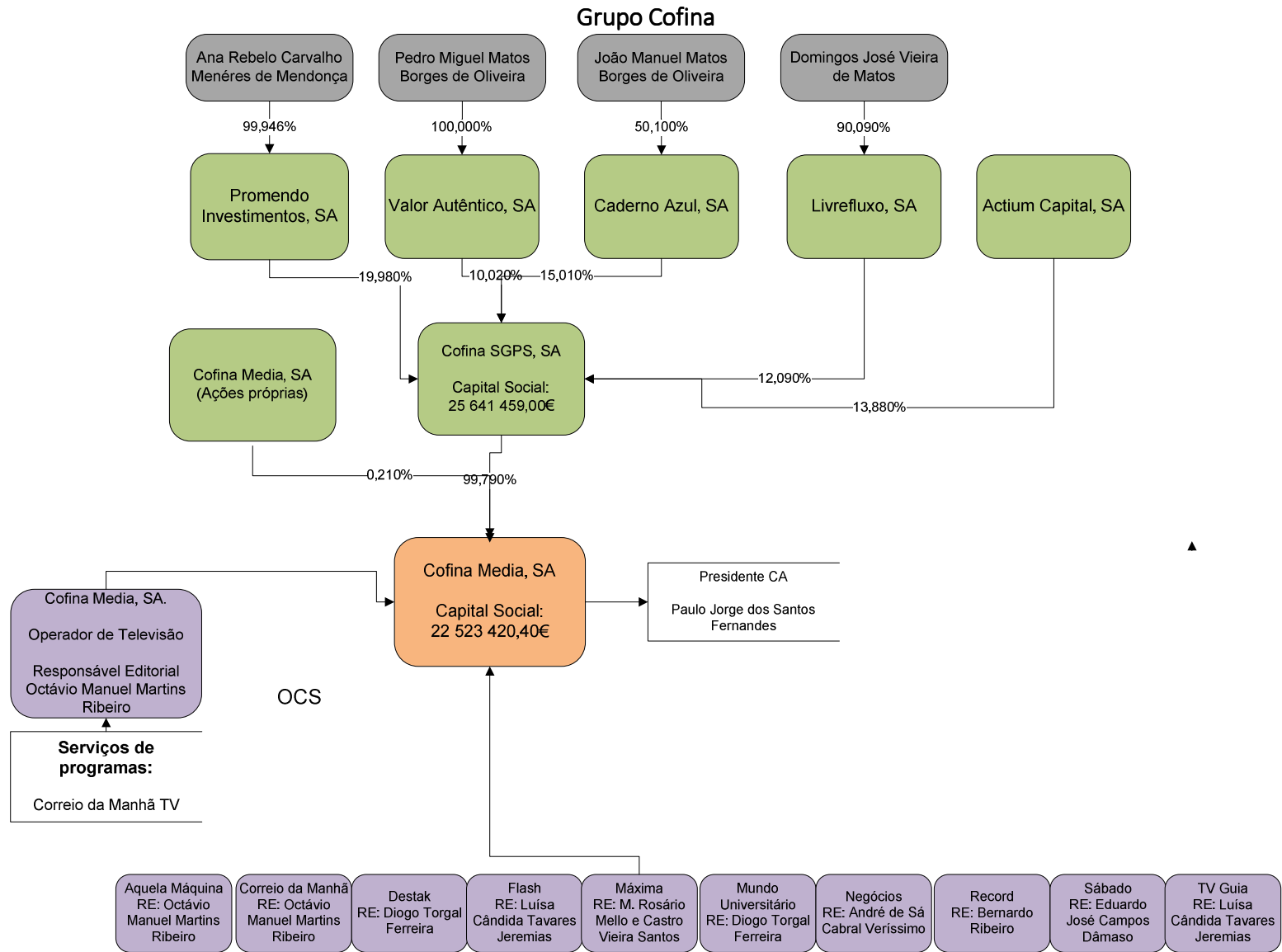
Grupo Media Capital (Prisa)



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

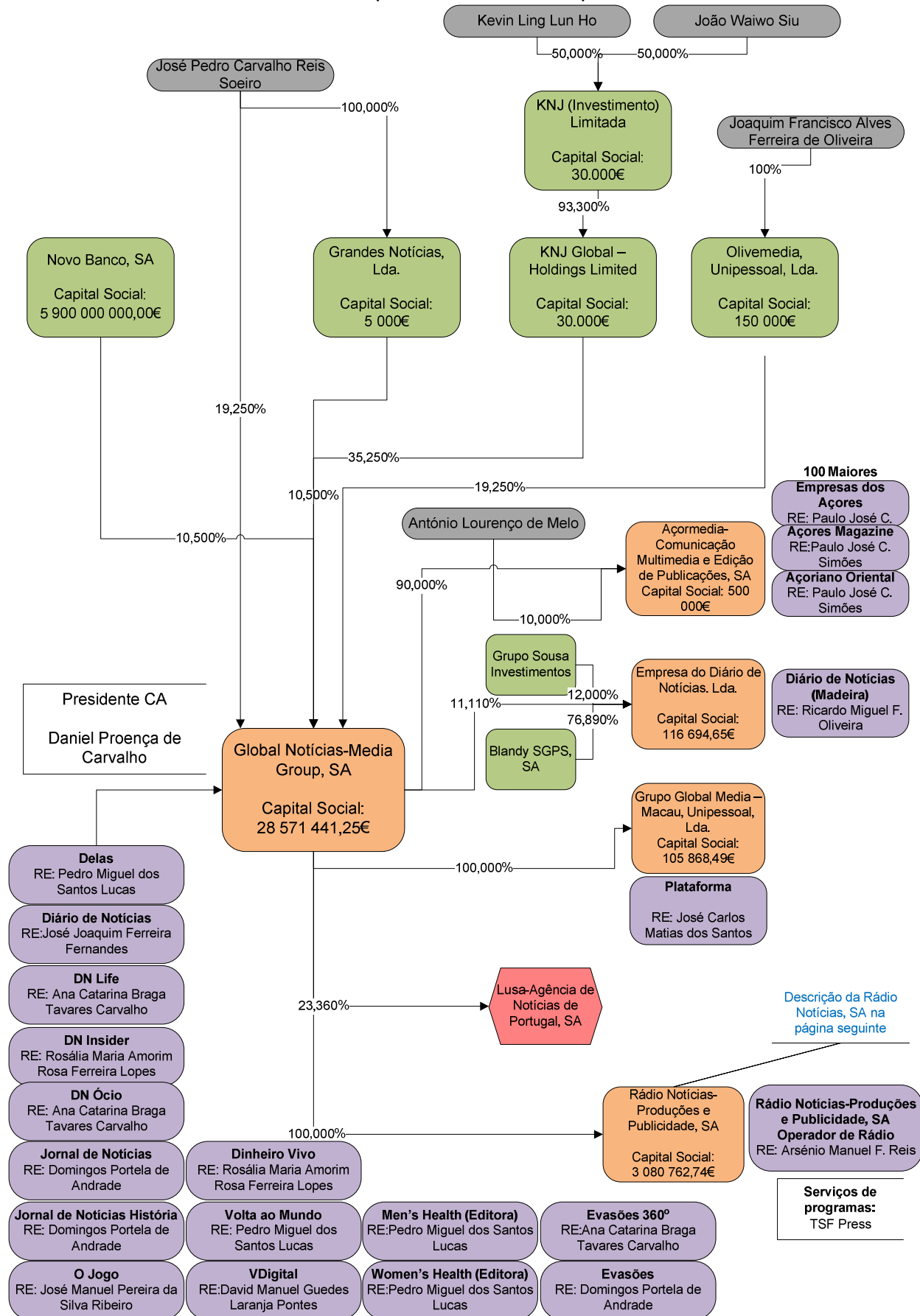


Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

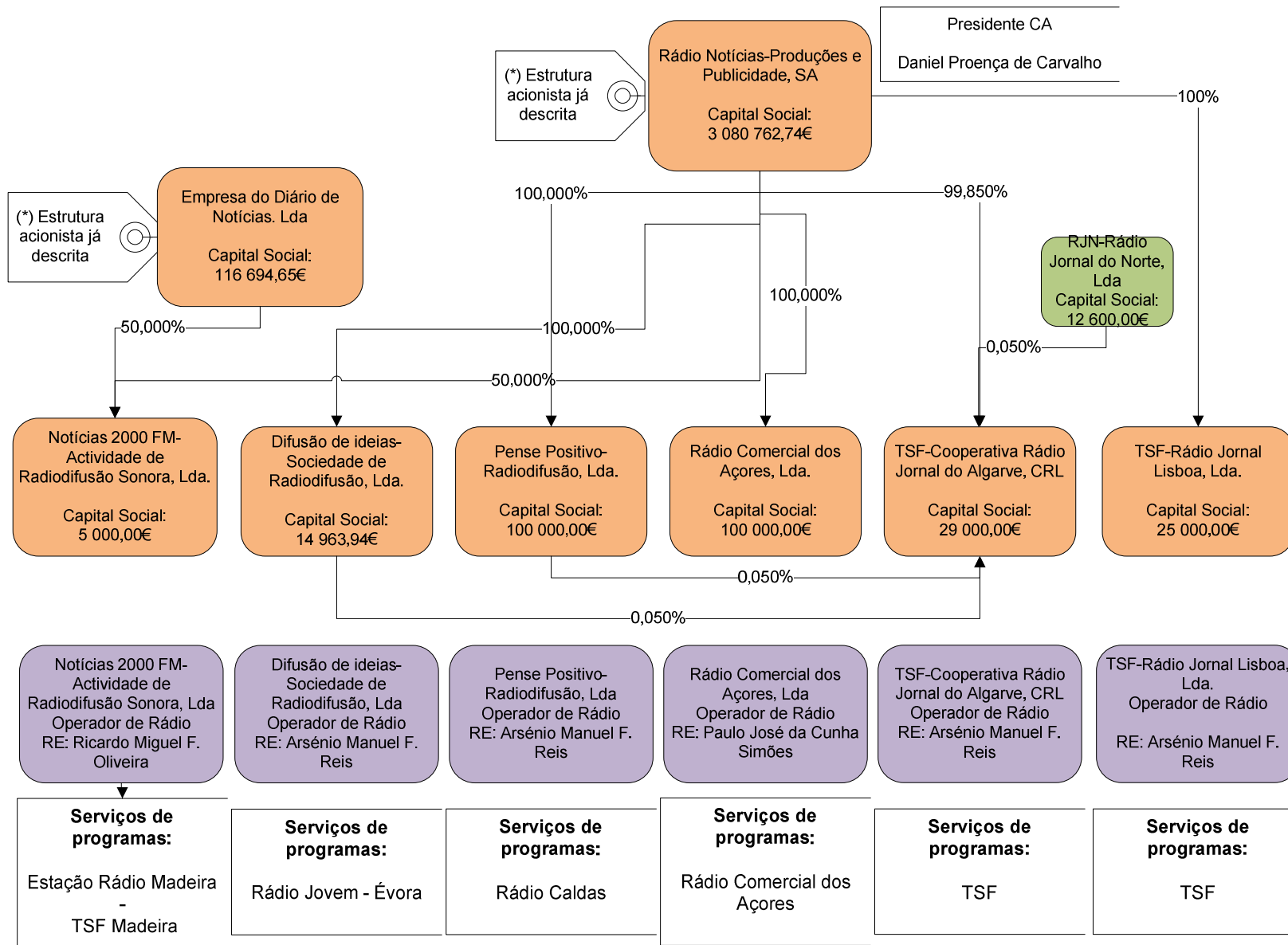


Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

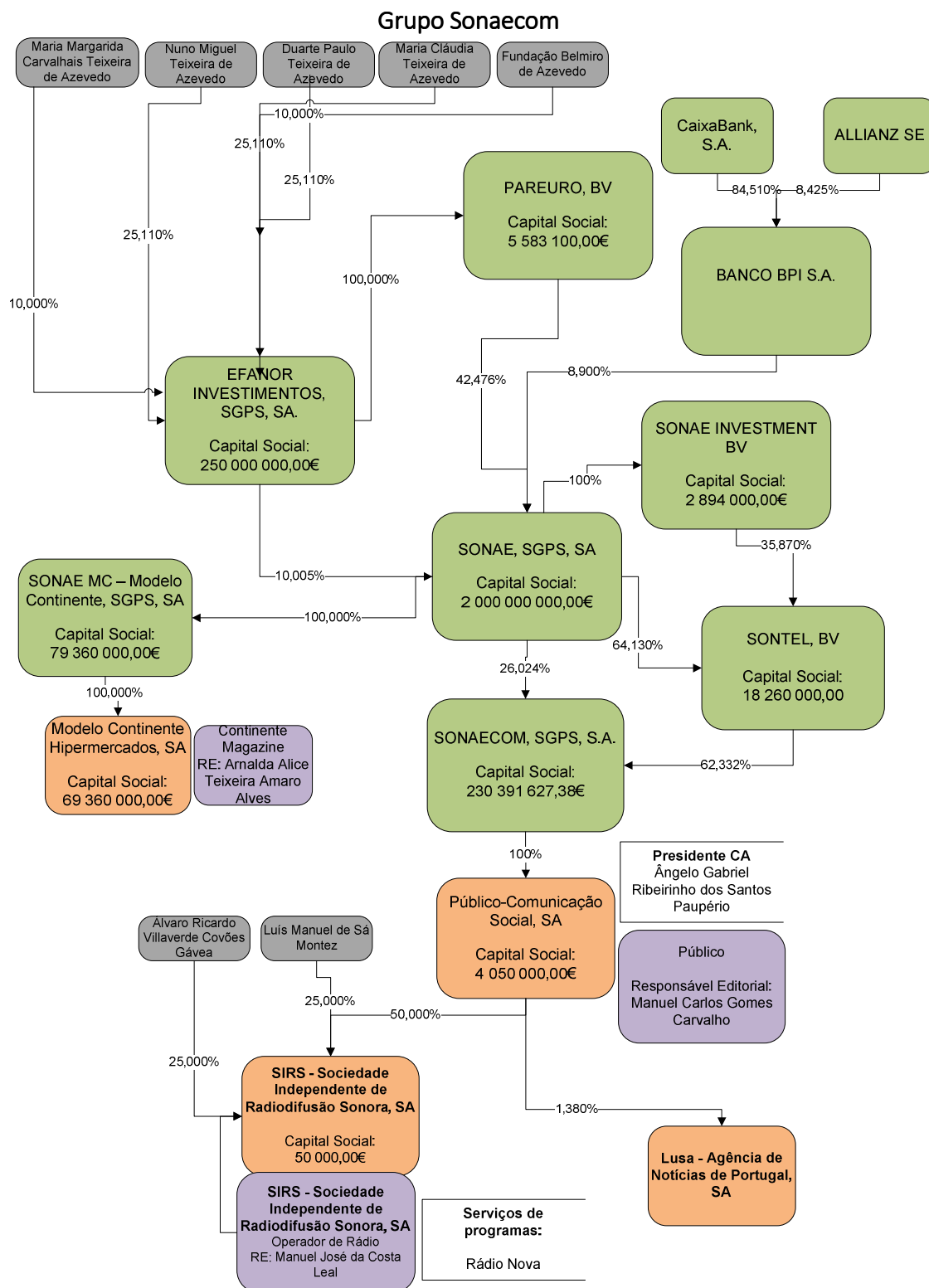
Grupo Global Media Group



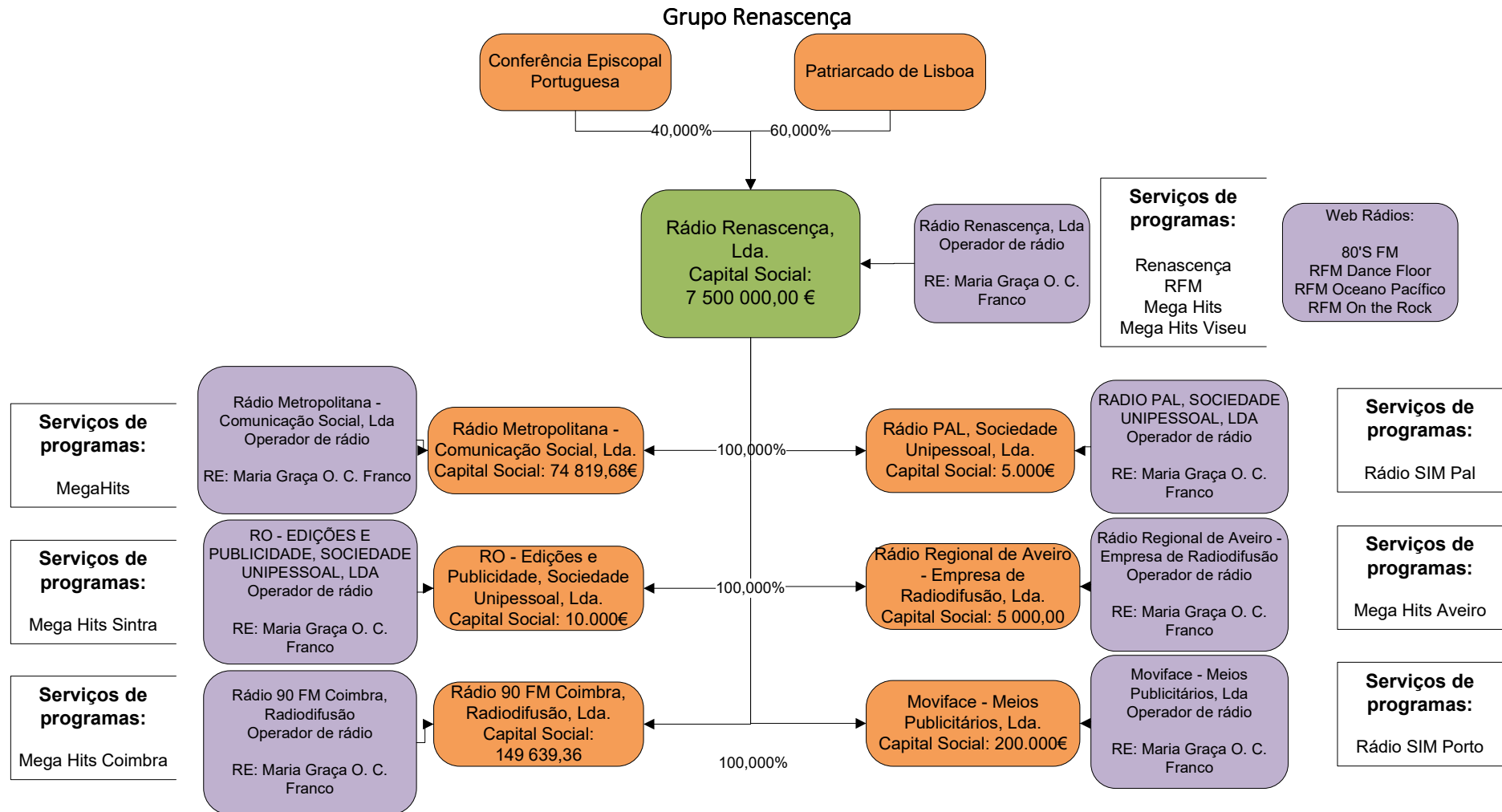
Fonte: ERC – Portal da Transparência (15.06.2020)



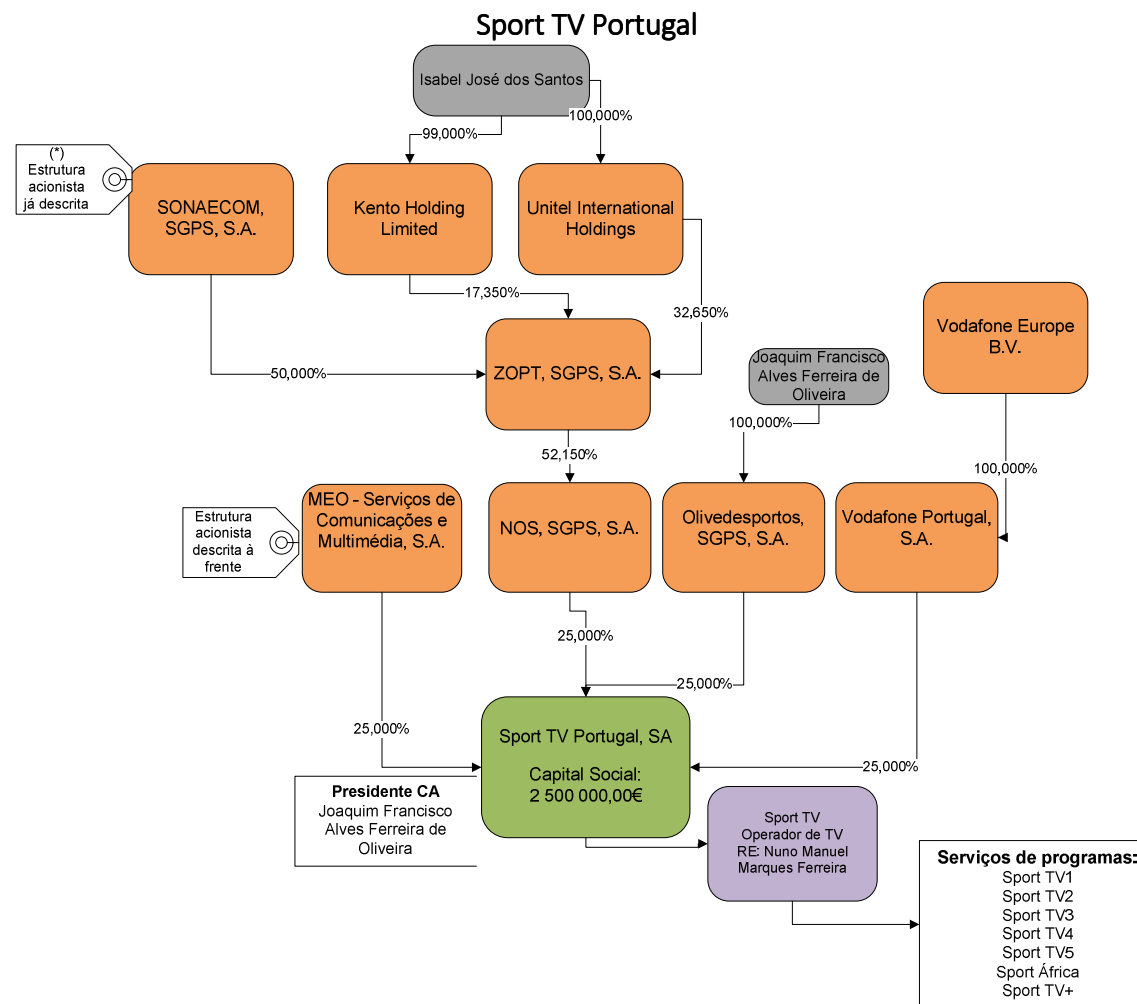
Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

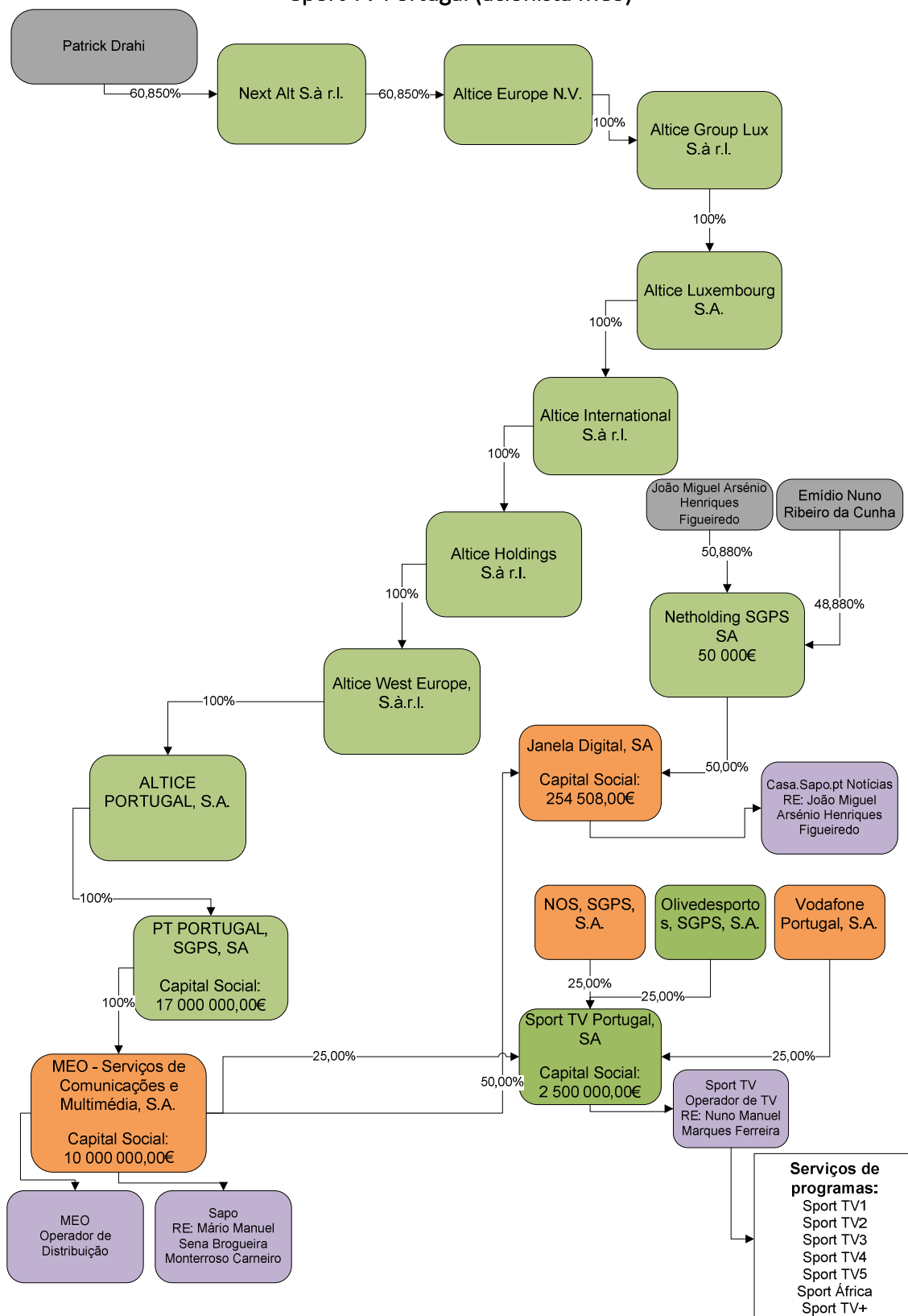


Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

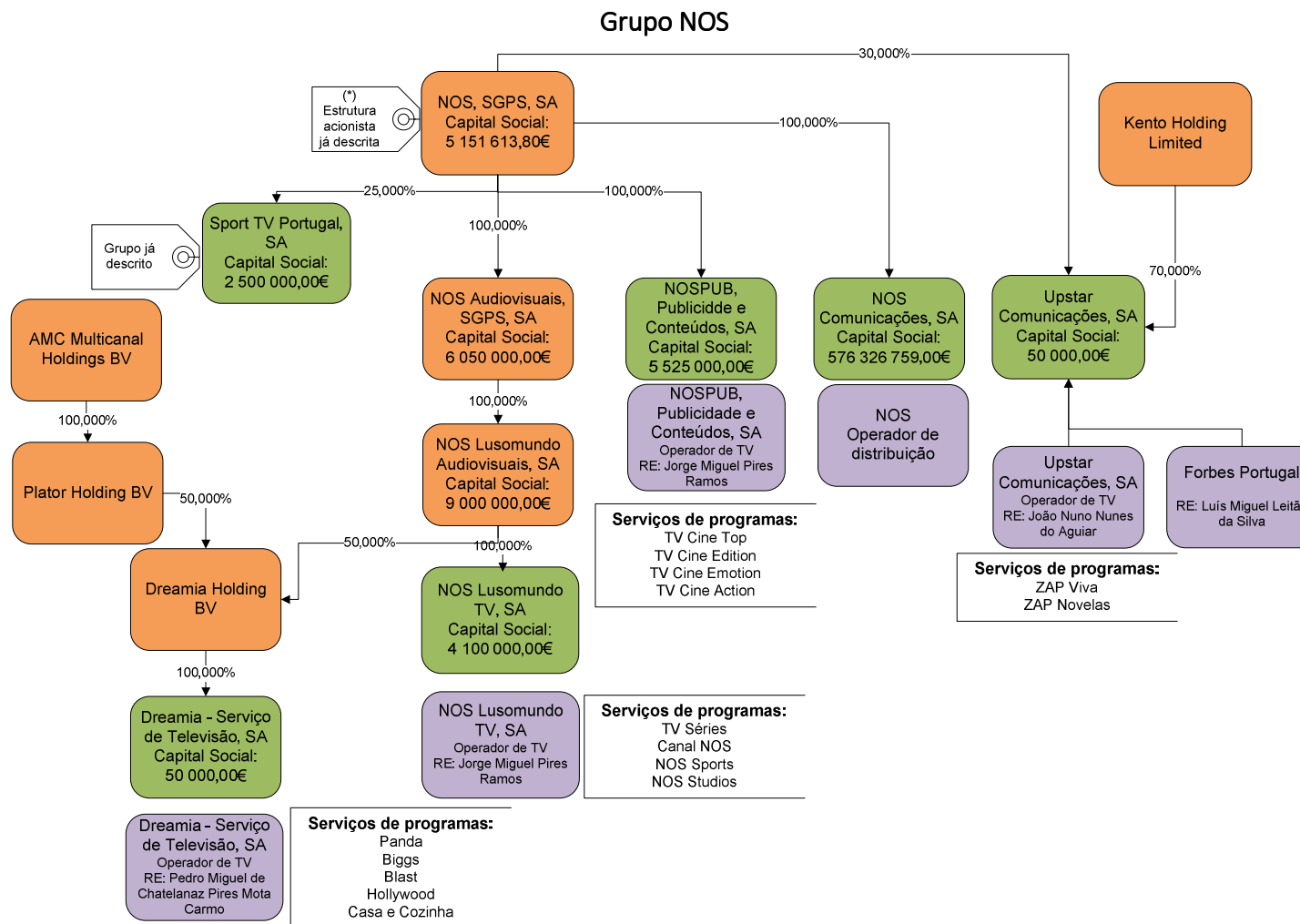


Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

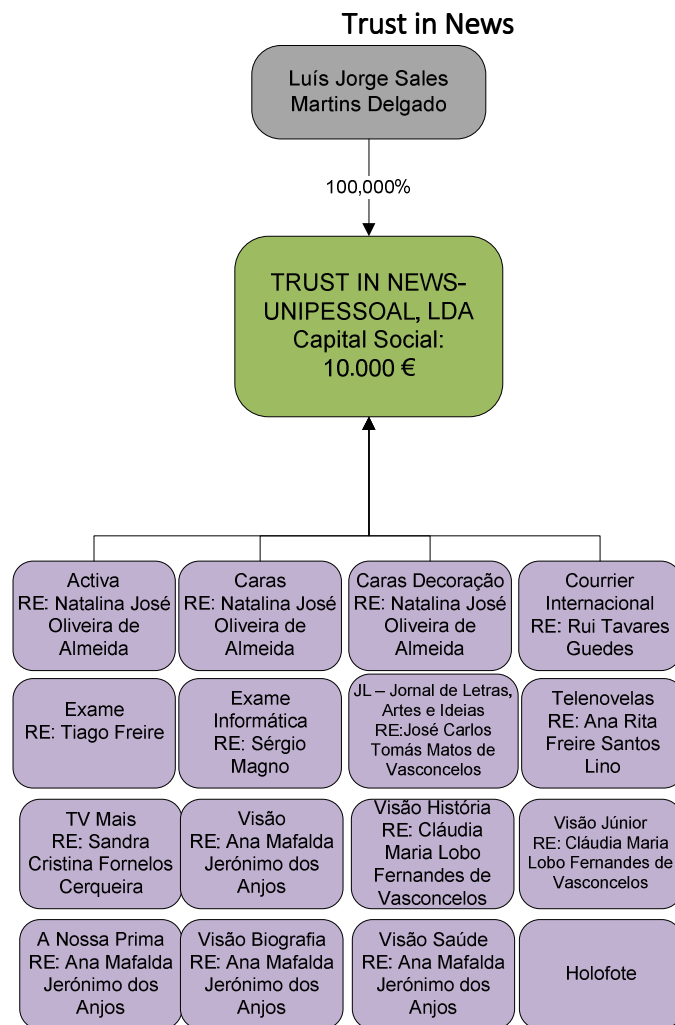
Sport TV Portugal (acionista Meo)



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)



Fonte: ERC - Portal da Transparência (15.06.2020)

Serviço de programas	Duração(hh:mm:ss)
Antena 1	7845:21:08
Antena 2	8294:48:49
Antena 3	8661:08:32
Total	24 801:18:29

Deve ser tido em consideração que existem conteúdos emitidos não contabilizados na análise, designadamente as promoções, separadores, frequências, sinal horário.

Seguidamente, é apresentada a análise autonomizada para cada um dos serviços de programas, tendo em conta a diversidade de géneros radiofónicos, incluindo por horários, e as funções na programação.

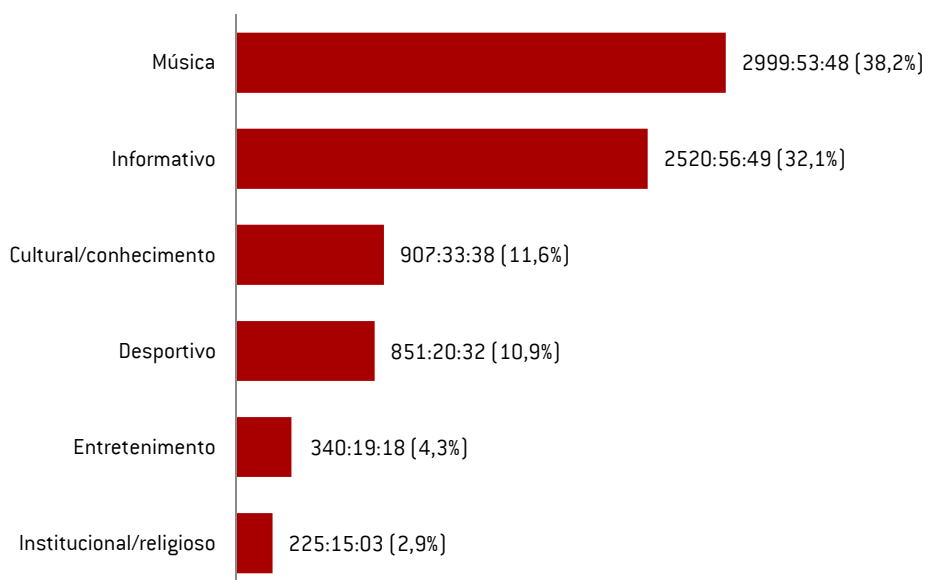
B. Programação da Antena 1

a) Diversidade de géneros radiofónicos

Os conteúdos emitidos pela Antena 1, em 2019, cobrem as seis grandes categorias de programação: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*, abarcando 26 dos 31 géneros em que decompõem estas seis categorias. Os géneros que não registam presenças são o *resumo desportivo, o jogo interativo, o infotainment* e os programas de informação sem formato definido.

A distribuição da duração anual da programação pelo primeiro nível de *géneros (macrogéneros)* é a seguinte:

Fig.2 - Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 1 (2019)



N= 7845h21m08s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Aproximando-se das 3000 horas de emissão, a Antena 1 conta com o destaque da categoria *música* (38,2 %). Seguem-se os programas de informação com

aproximadamente 2520 horas, representando um terço da duração total da programação do ano (32 %). Com um grande distanciamento, situa-se o terceiro grande género, *cultural/conhecimento* (11,6 %). Os conteúdos *desportivos* correspondem a um décimo (10,9 %) da duração total da programação do ano.

Os programas denominados de *entretenimento* (4,3 %) e os que são promovidos por entidades com o intuito de divulgação própria, a par dos religiosos (2,9 %), assumem uma menor representação.

Fig.3 - Duração de géneros na programação da Antena 1 (2019)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	1261:03:04	16,1%
Reportagem	57:30:14	0,7%
Debate/Entrevista	194:12:54	2,5%
Comentário	67:51:43	0,9%
Edição especial	85:08:31	1,1%
Magazine informativo	201:41:41	2,6%
Antena aberta	150:08:25	1,9%
Boletim meteorológico	264:45:06	3,4%
Informação de trânsito	224:05:11	2,9%
Informação bolsista	14:30:00	0,2%
Informação desportiva	201:20:27	2,6%
Transmissão desportiva	563:48:07	7,2%
Comentário desportivo	86:11:58	1,1%
Programa de música	914:25:05	11,7%
Música de continuidade	1919:14:11	24,5%
Espetáculo	166:14:32	2,1%
Concurso/jogo	0:54:44	0,01%
Humor	66:02:15	0,8%
Talk show	166:07:44	2,1%
Outro (entretenimento)	107:14:35	1,4%
Artes e média	174:17:46	2,2%
Ciências e humanidades	680:42:15	8,7%
Comemorações e efemérides	0:09:00	0,002%
Educativo	52:24:37	0,7%
Institucional	43:18:58	0,6%
Religioso	181:58:05	2,3%
Total	7845:21:08	100%

N= 7845h21m08s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

À semelhança dos quatro anos precedentes, figuram dois géneros da categoria *música* entre os três mais relevantes nas grelhas da Antena 1, que, em conjunto, totalizam 36,2 % do tempo total de emissão. São estes os *programas de música* e a *música de continuidade*, respetivamente na primeira e terceira posição de representatividade.

Destaca-se a emissão de *música de continuidade*, com praticamente um quarto do tempo de emissão (24,5 %), o que corresponde a sensivelmente 1919 horas. Esta proporção resulta de mais de 34 mil e quinhentas músicas. Os *programas de música* representam cerca de 11,7 % das horas de emissão.

Na segunda posição os *noticiários* (16,1 %) assumem aproximadamente 1261 horas.

Os *programas de música* abrangem vários géneros musicais, como o fado e a música tradicional portuguesa, mantendo já uma regularidade de três e quatro anos consecutivos de emissão. Entre estes o jazz de “5’ de Jazz”; “Cena do Ódio”; “Alma Lusa” (fado); “Bairro Latino”; “Cantos da Casa” (música tradicional portuguesa); “Costa a Costa”; “Crónicas da Idade Mídia”, “David Ferreira a Contar”; “Rosa dos Ventos”, “SOS Vinil” (música popular anglo-americana do século XX), “Masterclass” e os “Sultões do Swing”.

A emissão de novos programas não deixou de marcar presença, designadamente “A Teoria da Evolução”². A propósito de datas marcantes, a Antena 1 revisita percursos e obras musicais relevantes, num formato de tempo circunscrito, como exemplo, em dezembro, “A Memória Sem Fim de António Brasileiro”³.

Em termos de manifestações culturais, a Antena 1 acompanha, ainda, na área da música os festivais de música o Festival B, Bons Sons, Castro Galaico, Festival Med, FMM – Festival de Músicas do Mundo, que dão, igualmente, projeção a vários pontos do país. Para além destes conteúdos, são feitas coberturas de concertos de vários músicos portugueses.

Em contraposição, as presenças menos significativas são assumidas pelo *concurso/jogo* e pelas *comemorações e efemérides* (respetivamente 0,01 % e 0,002 %), como é exemplo a celebração do centenário de Amália Rodrigues. Esta comemoração deu também lugar à emissão de conteúdos de natureza musical.

Entre outras presenças residuais estão também, no âmbito do género *informativo*, a *informação bolsista* (0,2 %). Também residual é a presença do género *institucional* (0,6 %), que inclui os direitos de antena de partidos políticos e, surgindo, em 2018, a Rádio Aurora, como um espaço de programação emitido a partir do Hospital Júlio de Matos, em Lisboa.

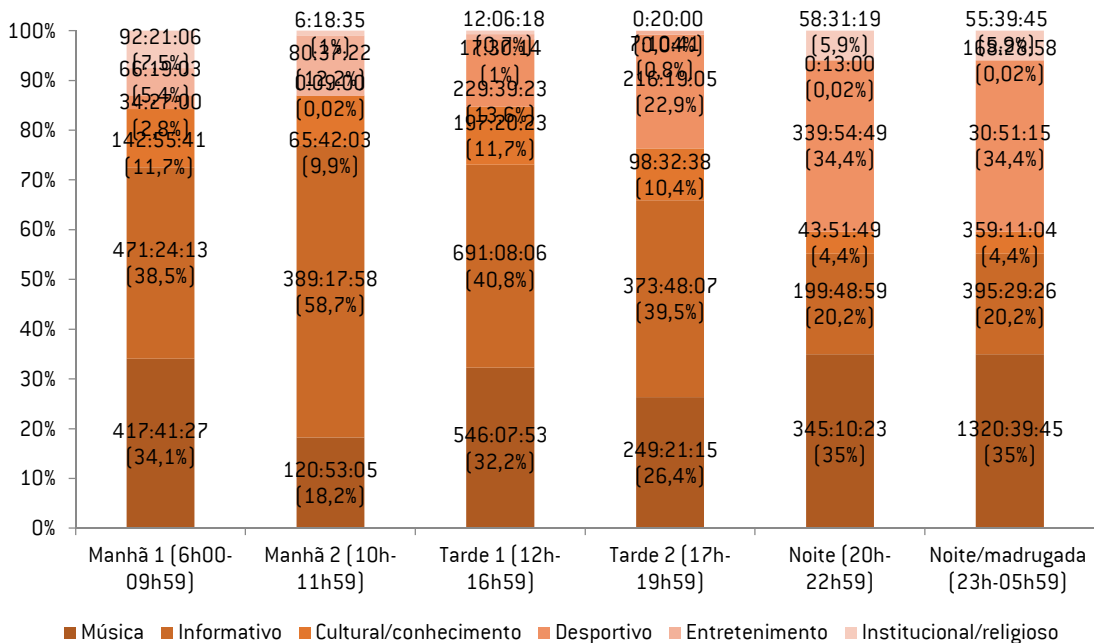
² “Partindo do que é história ou do que se prepara para ficar na história, A Teoria da Evolução pretende enquadrar o passado, antecipar o futuro e confirmar o presente de uma das actuais forças motrizes da música nacional: o hip hop. Com base num espólio único, no que ao Rap made in Portugal diz respeito, muitas e muitas K7s recebidas durante os primeiros anos dos programas NRJ (Rádio Energia) e Repto (Antena 3), identificar as enormes diferenças entre o que se fazia (e como se fazia) na altura em que o hip hop dava os primeiros passos em Portugal e o que hoje se faz, com exemplos práticos e sempre à conversa com os pioneiros, nomes certos e grandes promessas do movimento no nosso país. Embora centrado no hip Hop nacional, e nos arquivos já mencionados, a música não terá fronteiras físicas aterrando onde as conversas nos levarem, nem fronteiras temporais visto que os artistas que entraram em acção mais recentemente serão convidados a recolher e mostrar também as raízes do seu trabalho.” <https://www.rtp.pt/play/p5941/a-teoria-da-evolucao> acessido a 6 de maio de 2020.

³ “Ao longo do mês de Dezembro uma volta pelo essencial da obra, vida e trajecto de António Carlos Brasileiro de Almeida Jobim. Com João Govern.” <https://www.rtp.pt/play/p6461/e446284/a-memoria-sem-fim-de-antonio-brasileiro> acessido a 6 de maio de 2020.

No que se refere ao desporto, além da ampla cobertura dispensada ao futebol, a Antena 1 procede também ao acompanhamento de provas como a Volta a Portugal em Bicicleta.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

Fig.4 - Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 1 (2019)



N=1225h08m30s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 662h58m03s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1693h52m17s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 945h31m46s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 987h30m19s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2330h20m13s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A distribuição da programação da Antena 1 por blocos horários mostra a presença das seis macro categorias nos diversos blocos. A distribuição desta presença permite destacar o peso dos conteúdos informativos nos períodos diurnos e da *música* nos noturnos.

Nos blocos horários da noite e noite/madrugada seguem-se à *música*, os conteúdos desportivos. Face a uma pouca expressão do desporto no período noturno mais tardio no ano precedente, em 2019, esta presença é devida ao programa "Grandes Adeptos". Durante a noite, destacam-se as transmissões das competições, que abarcam, em alguns casos, também o período da tarde. Tendo em conta que a presença do desporto se havia alargado a todos os períodos horários em 2018, relativamente ao ano precedente, esta tendência é agora continuada.

Neste sentido, apesar da presença global mais elevada do macrogénero *música*, a *informação* é o tipo de conteúdo que se destaca nos quatro horários diurnos contemplados. O *desporto* e a *música* predominam nos dois restantes intervalos noturnos.

Em relação ainda às ausências em 2018 dos programas do tipo *entretenimento* no horário da noite, e *institucional/religioso* no segundo período da tarde, estes são agora representados, no primeiro caso com a emissão da 1ª edição do festival Play e, no segundo, com conteúdos de divulgação institucional no âmbito das legislativas. Saliente-

se, em termos gerais, a presença de conteúdos institucionais associados a este ato eleitoral e às eleições europeias.

A categoria *informação* é mais expressiva entre as 10h-11h59m (58,7 %). Os programas aí emitidos distribuem-se essencialmente por oito dos géneros da categoria: *noticiário*, *reportagem*, *debate/entrevista*, *antena aberta*, *edição especial*, *informação de trânsito*, *informação bolsista* e *boletim meteorológico*.

Em contraste, a menor porção de conteúdos *informativos* é emitida nos dois períodos noturnos (20,2%).

A maior parte da programação de *entretenimento*, cerca de metade das 340h19m18s, concentra-se no intervalo 23h-05h59 (168h28m58s).

Relativamente à distribuição horária dos programas de natureza *cultural* observa-se que o número superior de horas é também entre as 23h-05h59 (389h46m01s).

Tomando em consideração a decomposição destas grandes categorias, já havia sido referido que a *música de continuidade*, representa mais de um terço do tempo da emissão da Antena 1, em 2019.

A *música de continuidade* destaca-se ao ser a categoria com maior percentagem de duração em quatro dos seis períodos horários. As exceções são no intervalo das 10h à 11h59, em que o destaque vai para os programas de *antena aberta* (22,7 %), pertencentes à categoria *informação*, e no da 20h-22h59, com a *transmissão desportiva* (30,7 %). Porém, neste último intervalo é também quando a representatividade da *música de continuidade* é maior (29,6 %).

O período com maior diversidade em termos de *géneros* é o compreendido entre as 12h e as 16h59m (*tarde 1*), com um total de 25. Em relação à totalidade dos 26 *géneros* representados verifica-se a ausência do programa *informativo antena aberta* com presença exclusiva no segundo período da manhã. À referida *música de continuidade* (24,8%) seguem-se os *noticiários*, com menos de um quinto da duração do período (15,9 %) e os *magazine informativo* (9,9 %). Pertencem a *Concurso (jogo)* e *Outro (entretenimento)* (respetivamente 0,03 % e 0,02 %) as menores relevâncias deste bloco horário.

Para o primeiro período da manhã, com 21 *géneros*, mantém-se a tendência de supremacia da *música de continuidade* (24,5 %), seguida do *noticiário* (23,9%) e, em terceiro, *ciências e humanidades* (11,5 %). Para o segundo intervalo da manhã, com 17 *géneros*, o destaque cabe, tal como no ano precedente, a *antena aberta* (22,6 %), contribuindo para o relevo da grande categoria *informação*, seguido de *noticiário* (14,7 %) e *talk show* (12,1%). A *informação bolsista* é o conteúdo com o tempo de emissão mais baixo (0,003 %). É neste período que os conteúdos de natureza religiosa assumem mais peso.

Durante a *tarde 2* (17h-19h59), registam-se 19 *géneros* dos 31 totais. Mantém-se a prevalência da *música de continuidade* (19,7 %), *noticiário* (18,4 %) e *transmissão desportiva* (13,2 %). O *Concurso (jogo)* regista o valor mais baixo de tempo de emissão, com 0,0005 % da duração do período.

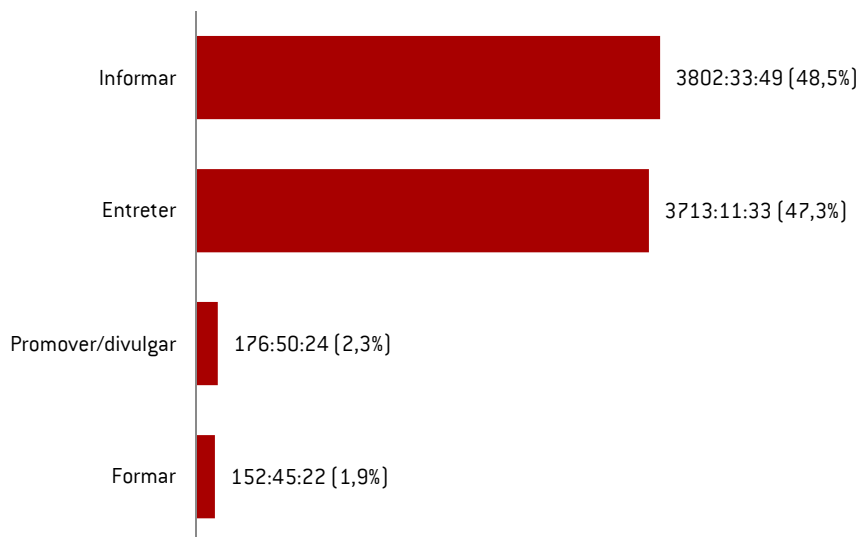
O intervalo da *noite* (20h-22h59m) regista a menor diversidade de *géneros* (total de 17). A presença do *macrogénero desportivo* espelha-se neste intervalo horário com a *transmissão desportiva* em destaque (30,7 %), com aproximadamente um terço do tempo emitido no intervalo, correspondendo a jogos de futebol para várias competições. Seguem-se a *música de continuidade* (29,6 %) e o *noticiário* (12,1 %).

O intervalo da *noite/madrugada* (23h-05h59m) regista 20 *géneros*. A *música de continuidade* assume a primeira posição (27,7 %), seguem-se os *programas de música* (25,8 %) e, na terceira, o *noticiário* (13,8 %). No campo *desportivo*, conta-se com a presença do formato de *comentário*.

c) Funções na programação

A análise das *funções* da programação da Antena 1 permite salientar as vertentes informativas e de entretenimento:

Fig.5 - Duração das *funções* na programação da Antena 1 (2019)



N= 7845h21m08s (n.º total de horas de emissão na Antena 1)

Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar* e *entreter*, acumulando respetivamente 48,5 % e 47,3 % da duração total da programação anual. No seu conjunto, ocupam mais de 95 % do tempo total de emissão.

A *função informar* é sobretudo composta pelos *noticiários*, que representam cerca de um terço (33 %) do tempo total da *função*. Este *género* deixa a grande distância todos os restantes que cumprem a *função informar*, sendo que aquele que apresenta a segunda duração mais longa é *ciências e humanidades* (15,4 %), seguido pelos *boletins meteorológicos* (6,7 %).

A *função entreter* é preenchida em grande parte por conteúdos musicais (75,2 %), designadamente *música de continuidade* (51,7 %), em destaque, e *programas de música* (19 %). Inclui também as transmissões de jogos de futebol (15,2 %) de várias Ligas.

As duas funções menos presentes, *promover/divulgar* e *formar*, assumem valores próximos (2,3 % e 1,9 %).

Mais de nove em cada dez horas da *função promover/divulgar* são preenchidas por programas *religiosos* (84 %), como “A Fé dos Homens” e a “Eucaristia Dominical”, ficando o remanescente da função a cargo dos programas *institucionais* (16 %).

Formar é uma *função* cumprida essencialmente por dois géneros de programas: *ciências e humanidades* (63 %) e *educativos* (34 %). No que respeita a programas de *humanidades*, incluem-se, por exemplo, os programas “À Volta dos Livros”, sobre literatura, “Não Há Duas Sem Três, acerca de crenças populares, ou “Visita Guiada”, sobre o património cultural português. Na categoria *educativos* estão programas como “A Palavra do Dia”, “Direto ao Consumidor”, “Troco por Trocas”, que responde a questões úteis para os consumidores; “Jogo da Língua” e as “Inacreditáveis verdades do planeta”, sobre factos científicos numa linguagem juvenil.

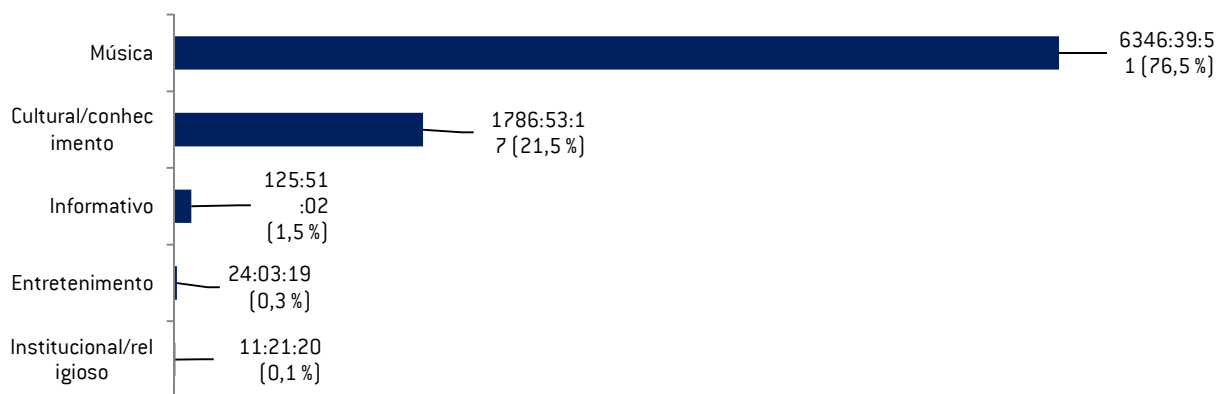
C. Programação da Antena 2

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A Antena 2 emite programas que se enquadram em cinco das seis grandes categorias de *géneros* de programação: tal como vindo sendo seu apanágio ao longo dos anos, não difunde conteúdos de desporto.

A especificidade da programação da Antena 2 remete para um especial enfoque nos conteúdos musicais alternativos, com particular atenção aos géneros clássico e erudito. Esta vocação reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas.

Fig.6- Duração de *macrogéneros* na programação da Antena 2 (2019)



N= 8294:48:49 (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

A programação da *Antena 2* é, então, largamente dominada pelos conteúdos de *música*. Mais de sete em cada dez horas de programação emitida recaem nesta categoria (76,5%), representando uma soma anual de mais de 6 mil e 300 horas de emissão.

Esta larga prevalência resulta na óbvia escassez dos restantes *géneros* de programas. Consequentemente, a categoria que reúne a segunda maior porção de tempo de programação, *cultural/conhecimento*, representa 21,5% do tempo total, que corresponde a pouco mais de 1780 horas analisadas em 2019. Este género registou o ano

passado um aumento significativo de cerca de 5% do tempo total e, em 2019, 1%. Com uma presença bastante inferior, e a registar um decréscimo em 2019 face ao ano anterior, os programas *informativos* totalizam 1,5% da duração total emitida pela *Antena 2*.

No que toca ao *entretenimento*, categoria quase sempre ausente deste serviço de programas, a sua presença fica a dever-se, tal como em 2018, sobretudo a 20 edições de um programa de transmissão de teatro, o “Teatro Sem Fios”, que somam 20h09m04s de duração e 4 edições do “Dia Europeu da Música” que perfazem 03h54m15s.

Fig.7 - Duração de géneros na programação da Antena 2 (2019)

Género	Duração	%
Noticiário	111:25:30	1,3%
Reportagem	10:01:15	0,01%
Debate/Entrevista	08:16:17	0,1%
Outro (informativo)	00:03:00	0,001%
Magazine informativo	00:10:00	0,002%
Boletim meteorológico	04:55:00	0,1%
Programa de música	3400:30:35	41,0%
Música de continuidade	1850:04:04	22,4%
Espetáculo	1088:05:12	13,1%
Outro (entretenimento)	24:03:19	0,3%
Artes e media	1396:49:41	16,8%
Ciências e humanidades	259:49:33	3,1%
Educativo	129:49:41	1,6%
Outro (cultural/conhecimento)	00:03:00	0,001%
Comemorações e efemérides	00:21:32	0,004%
Institucional	11:21:20	0,1%
Total Geral	8294:48:49	100,0%

N= 8294h48m49s (n.º total de horas de emissão na *Antena 2*)

Em 2019, a *Antena 2* apresentou programas enquadrados em 16 *géneros* dos 31 previstos na grelha de análise. No âmbito da programação e informação, o género *comentário* esteve ausente da grelha em 2019 e entrou na emissão, embora com valores residuais, o *debate/entrevista* com 16 edições de “No Interior da Cultura”, de Luís Caetano.

Quase metade do tempo total de programação deste serviço de programas (41%) consistiu na transmissão de *programas de música*, género que contabilizou mais de 3400 horas, seguida de programas de *música de continuidade* (peças de música integradas nos programas mais longos, semelhantes a contentores, nos quais há lugar para a emissão de conteúdos de natureza diversa e onde a música se apresenta sobretudo como ligação entre os restantes conteúdos do programa). Regista-se, ao contrário da tendência crescente de anos anteriores, um decréscimo da duração dos *programas de música* em cerca de 1%. A *música de continuidade* aumentou na mesma proporção em 2020 (21,21% em 2019 e 22,4% em 2020).

Em terceiro lugar, *artes e media* representam 16,8% da programação da *Antena 2*, com programas como “Caleidoscópio”, “A ronda da noite”, “império dos sentidos” e “Véu Diáfano”, entre outros.

No polo oposto, programas de *debate/entrevista*, *reportagem* e *boletim meteorológico* (os dois primeiros com 0,1 % e os últimos com 0,01 %) são os *géneros* que assumem a presença menos efetiva nas grelhas de emissão da *Antena 2*, juntamente com a *comemorações e efemérides* e magazine informativo.

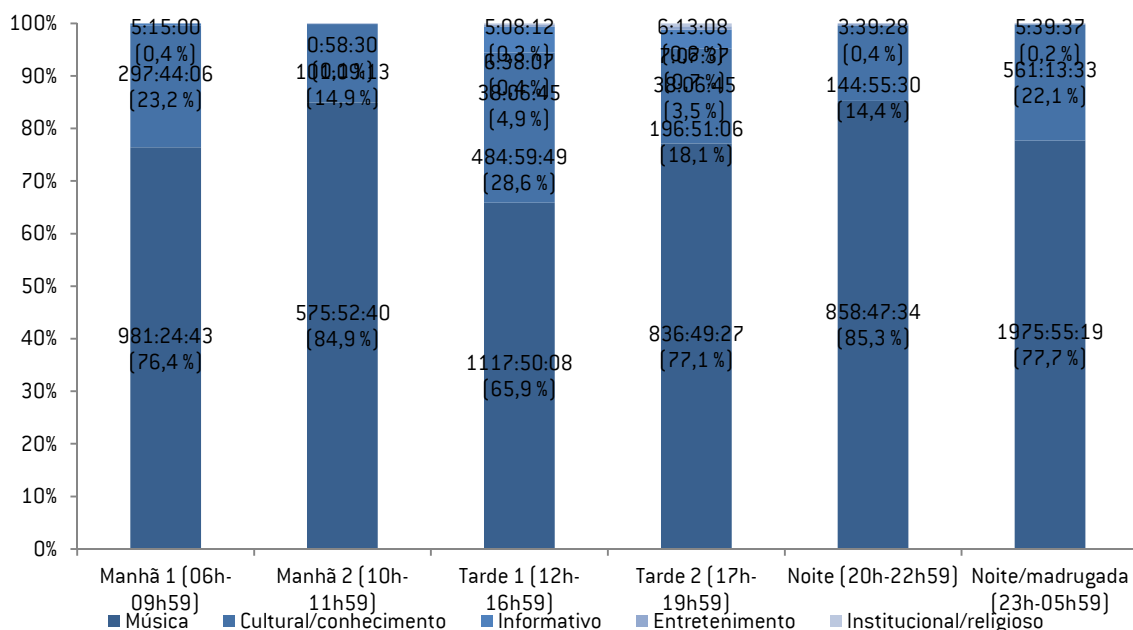
Dada a peculiaridade da programação da *Antena 2*, fruto da missão que o CCSPT lhe confia, é interessante observar a diversidade de conteúdos integrados no *género programa de música*, desde logo patente, como adiante se verá, nas diversas *funções* que estes podem assumir. Estes contemplam a função mais simples de fruição de música de determinados géneros, como é o caso de “Jazz a 2”, o “Vale a Pena Ouvir” ou “Música Contemporânea” dedicada a obras atuais.

Na perspetiva de dar a conhecer a música, considerando os seus autores e intérpretes, as suas origens, a história da música, encontram-se programas como “O Tempo e a Música”⁴ do académico Rui Vieira Nery, que aborda grandes obras sob a perspetiva histórica, ou “Memória”⁵, que recupera os arquivos da Radiodifusão Portuguesa.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A Figura 8 ilustra a proporção das grandes categorias de géneros na emissão da Antena 2, ao longo do dia.

Fig.8 - Duração de *macrogéneros* por período horário na programação da Antena 2 (2019)



N= 1284h23m49s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 678h00m23s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1697h05m33s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 1085h08m03s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1007h22m32s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2542h48m29s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

A figura acima ilustra a proporção das grandes categorias de géneros na emissão da *Antena 2*, ao longo do dia. Em conformidade com as atribuições estabelecidas pelo CCSPT, a música assume uma posição de grande preponderância em todas as faixas horárias, assumindo o maior destaque no intervalo 23h-5h59 (85,3%). Por oposição, é no período da *tarde 1*, entre as 12h e as 16h59 que os conteúdos de música têm a sua expressão mais reduzida, ocupando, ainda assim, quase sete horas em cada dez de emissão (65,9%).

Os programas de informação têm maior relevância, entre as 12h e as 16h59, com uma presença cifrada em 4,9 % da duração da faixa horária.

É durante a tarde, entre as 12h e as 17h, que a programação cultural atinge maior expressão, ultrapassando um quarto (28,6 %) do tempo de emissão da faixa. Tem em seguida maior expressão entre as 6h e as 10h (23,2 %). A menor presença destes conteúdos relativamente aos restantes na faixa horária é atingido entre as 20h e as 23h (14,4%).

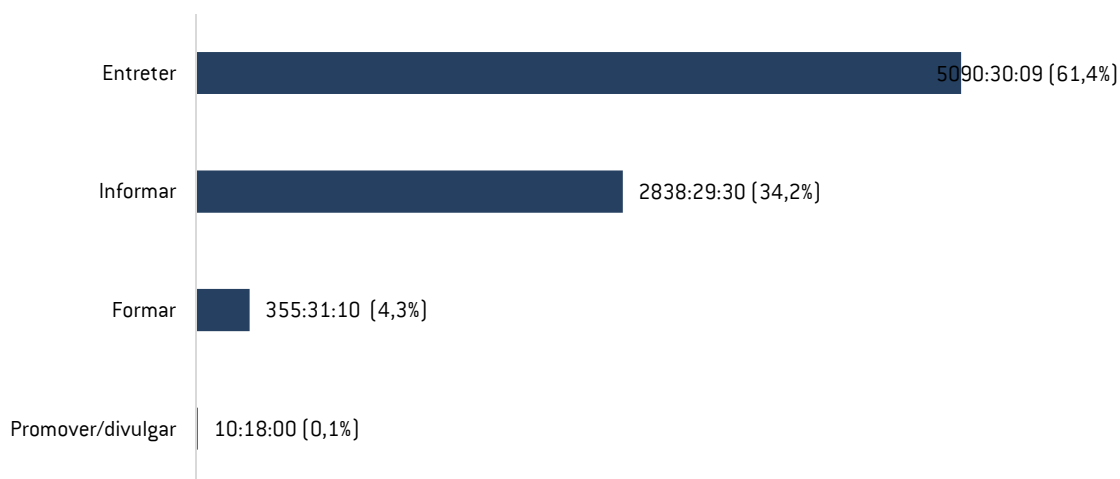
A programação classificada como *entretenimento* viu a sua reduzida expressão distribuir-se por cinco períodos, estando ausente da manhã 6h-9h59 e com maior expressão, ainda que residual, no primeiro período da tarde.

Uma leitura mais pormenorizada da composição das grelhas de programação da *Antena 2* ao longo do dia (Cf. ANEXOS III - Figuras) indica que os *programas de música* repartem o domínio das grelhas em três dos seis períodos horários com os programas de *espetáculo*, - predominante no período *noite* (22h-22h59). Nestes, o destaque é conferido à emissão de espetáculos musicais, sejam eles em direto ou em diferido. Estes conteúdos preenchem cerca de 63% da emissão entre as 20h e as 22h59. A *música de continuidade*, é predominante no período 6h-9h59, representando 41,5% da duração desse período horário.

Para além dos géneros que integram a grande categoria *música, artes e media* (20,7%) é, dos restantes, o que mais se destaca nas manhãs (06h-09h59) da *Antena 2*. *Ciências e humanidades* desempenham semelhante papel na faixa horária seguinte (10h-12h59), em que os programas “A vida é breve” e “Roteiro das artes” preenchem os 10,1 % de duração da categoria. Já durante a tarde (12h-16h59) e as madrugadas (23h-5h59), cabe lugar semelhante a *artes e media*, onde este género ocupa respetivamente 17 % e 22 % do tempo total do período.

c) Funções na programação

A Antena 2 apresenta conteúdos que desempenham as quatro *funções* tipificadas da programação, embora mostre uma clara prevalência da função *entreter*.

Fig.9 - Duração das *funções* na programação da Antena 2 (2019)

N=85294h48m49s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)

Em 2019, cerca de cinco mil horas de programação da *Antena 2* resultaram ou tiveram como propósito **entreter** os públicos, o que corresponde a 61,4% da emissão total do serviço de programas. A *função informar* esteve presente em mais de um terço da programação (34,2%), com quase mais de 2800 horas emitidas.

Promover/divulgar é a *função* menos significativa da programação da *Antena 2*, correspondendo a cerca de 10 horas no conjunto do ano (0,1%).

A *função* que assume acentuada preponderância na programação da *Antena 2* – *entreter* – tem nos *programas de música* o *género* de maior destaque, com 2120 horas de emissão que correspondem a 25,5% da duração desta *função*. Seguem-se os *géneros* música de continuidade (22,4%) e *espetáculo* (13,1%). Além dos três *géneros* da categoria música, apenas programas sem *género* definido de entretenimento (0,3%) contribuem para a *função entreter* na *Antena 2*.

Considerando a *função informar*, verifica-se que *programa de música* é o *género* com maior relevância horária, assumindo 45,1% da duração da *função*. Estes programas abordam a música dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas. A *Antena 2* vai assim ao encontro das exigências que lhe são acometidas pelo CCSPT.

O segundo *género* mais destacado na vertente informativa – *artes e media* (42,9 %) – compõe-se de programas que correspondem àqueles conteúdos que não estão fundados sobre uma orientação essencialmente pedagógica ou formativa (- classificados como

educativos). Neste conjunto cabem programas como “A Ronda da Noite”⁶, “Caleidoscópio”⁷ ou “A Força das Coisas”

Nas grelhas da *Antena 2*, *formar* é uma *função* cumprida em grande parte pelos programas de *artes e media*, consistindo estes em 50,2 % do total do tempo de emissão da função referida. São deles exemplo os programas “A Vida Breve”. A categoria *educativo* também sobressai: cobre mais de um terço (36,5 %) da função e nela encontra-se integrado o programa “Páginas de Português” ou “Palavras de Bolso”.

No que toca às funções desempenhadas, os programas de *artes e media* mostram-se ecléticos: constituem 42,9 % da *função informar* e 50,2 % da *função formar*.

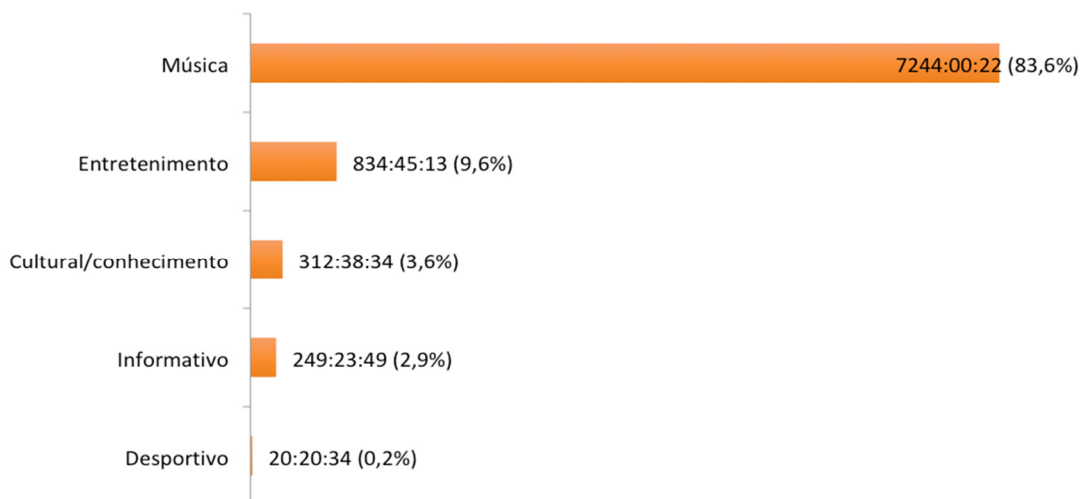
Programa de música é um género que também se apresenta variado em termos da função que desempenha, uma vez que representa 45,1 % da *função informar* e 41,7 % da duração da programação cujo principal móbil é *entreter*.

D. Programação da Antena 3

a) Diversidade de géneros radiofónicos

A programação da *Antena 3* abrange cinco das principais categorias de *géneros* de programas previstas nesta análise – *informativo*, *música*, *entretenimento* e *cultural/conhecimento* e *desportivos* que, em 2019, marcaram presença residual –, não tendo emitido programas *institucionais* ou *religiosos*.

Fig. 18 Duração dos *macrogéneros* na programação da Antena 3 (2019)



N= 8661h08m32s (n.º total de horas de emissão na *Antena 3*)

⁶ «A Ronda da Noite recebe e divulga escritores, artistas, gente com conhecimento e imaginação, autores de exceção. Mostra o novo mas também recupera memórias e momentos, e sai do estúdio para palcos de criação e fruição. Antes do dia acabar, a rádio tem ideias para discutir e histórias para contar. Como num quadro de Rembrandt». <http://www.rtp.pt/play/p1299/a-ronda-da-noite#sthash.p4oQ54HA.dpuf>, acessido a 22 de junho de 2020.

⁷ <http://www.rtp.pt/play/p330/caleidoscopio>, acessido a 22 de junho de 2020.

Em 2019, a *música* manteve a hegemonia na emissão da *Antena 3*, representando mais de oito em cada dez horas de emissão (83,6 %) e perfazendo mais de 7240 horas. A segunda categoria mais relevante é o *entretenimento*, com pouco menos de 900 horas de emissão (9,6 %).

Os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* são o terceiro macrogénero da *Antena 3* (3,6 %) representando aproximadamente 312 horas anuais de emissão. Ligeiramente abaixo, estão os programas informativos (2,9 %), com 249 horas de emissão.

Em 2019, os programas *desportivos* tiveram uma expressão residual (0,2 %), correspondente a pouco mais de vinte horas de emissão no total do ano.

Fig. 19 Duração de géneros radiofónicos na programação da Antena 3 (2019)

Género	Duração	
	hh:mm:ss	%
Noticiário	99:21:00	1,1
Debate/entrevista	51:27:19	0,6
Comentário	8:04:00	0,1
Boletim meteorológico	51:24:00	0,6
Informação de trânsito	39:07:30	0,5
Informação desportiva	20:20:34	0,2
Programa de música	2750:54:49	31,8
Música de continuidade	4388:54:41	50,7
Espetáculo	104:10:52	1,2
Concurso/jogo	0:05:29	0,00
Jogo interativo	1:58:00	0,02
Humor	140:29:12	1,6
Infotainment	1:32:00	0,02
Talk show	652:00:20	7,5
Outro (entretenimento)	38:40:12	0,4
Artes e media	282:41:10	3,3
Ciências e humanidades	29:08:38	0,3
Educativo	0:48:46	0,01
Total	8661:08:32	100%

N= 8661h08m32s (n.º total de horas de emissão na *Antena 3*)

No conjunto da programação da *Antena 3*, em 2019, verifica-se a presença de 18 géneros num total de 31, ainda que com ligeiras diferenças face ao ano anterior: não foram identificados este ano programas de celebração de *efemérides*; em contrapartida, identificou-se a presença de programas de *transmissão desportiva*.

Na primeira posição está a *música de continuidade*, que corresponde a cerca de metade do tempo anual de emissão (50,7 %), com perto de 4390 horas. Segue-se os *programas de música* com 2750 horas (31,8 %). A distância considerável, em terceiro lugar surgem os programas de *talk show* (7,5 %), dos quais foram emitidas 650 horas.

A *música de continuidade* constitui um elemento relevante, por exemplo, entre rubricas. A música assume-se como conteúdo de grande importância num serviço de programas

cujo público-alvo são, conforme se encontra definido no CCSPT, as camadas mais jovens da população.

Por seu turno, os *programas de música* permitem, em termos de programação, construir diversidade em torno de géneros musicais. Entre diversos *programas de música* elenca-se alguns exemplos, que correspondem aos títulos com maior expressão horária no ano: Portugália”, “O Disco Disse”, “Rui Vargas – Música com Pés e Cabeça”, “A3.30”, “Alta Tensão”, “Caixa de Ritmos”, “Indiegente”, “Muitos Mundos”, “Rimas e Batidas”, “Matéria Prima”, “Coyote”; “Física e Química”, “MQ3”, “Do You Reggae”, “Profecia do Duque”, “Páginas Amarelas”, “Domingo no Mundo”, “Especiais”, entre outros.

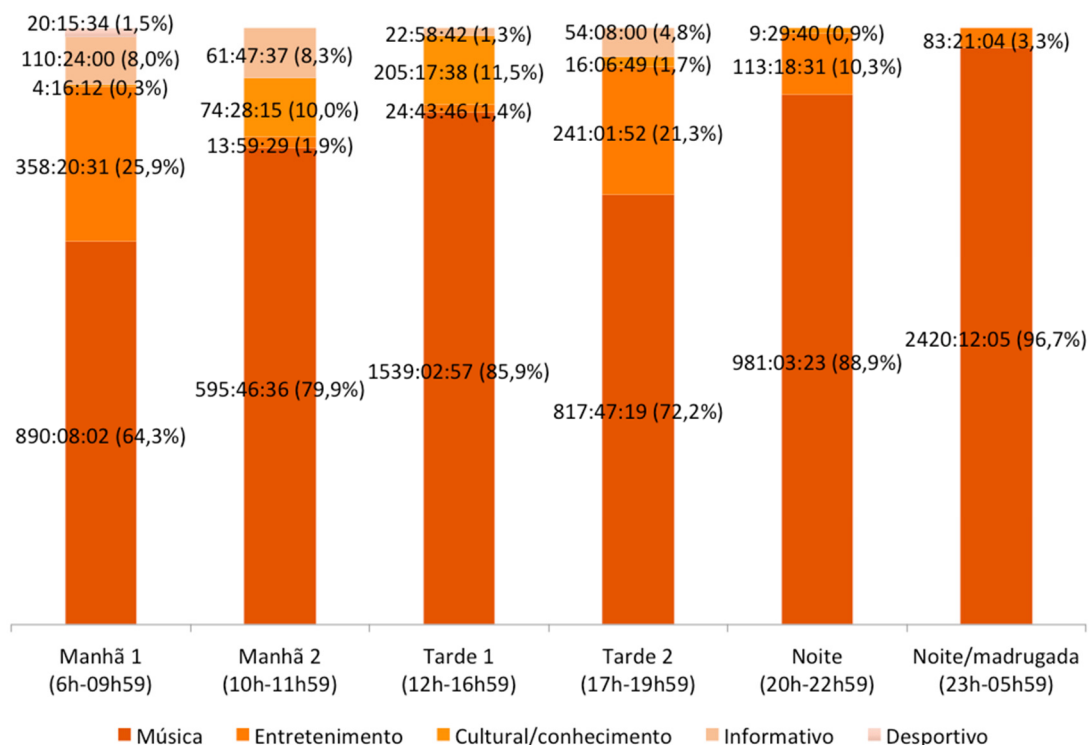
O terceiro *género* mais relevante é *talk show*, mantendo as presenças dos programas “Prova Oral”, “Bons Rapazes” e «Pingue Pongue» e com títulos novos em 2019, como “Na Margem” e “Primata Deluxe”.

Os géneros com menor expressão são os conteúdos *concurso/jogo*, *educativo*, *infotainment* e *jogo interativo*.

b) Diversidade de géneros radiofónicos por período horário

A distribuição de géneros da *Antena 3* por faixas horárias permite apurar os tipos de conteúdos emitidos em cada período do dia e em que momentos o serviço de programas oferece maior diversidade.

Fig. 20 Duração de macrogéneros radiofónicos por período horário na Antena 3 (2019)



N= 1383h24m19s [n.º total de horas de emissão no período Manhã 1]; N= 746h01m57s [n.º total de horas de emissão no período Manhã 2]; N= 1792h03m03s [n.º total de horas de emissão no período Tarde 1]; N= 1132h04m00s [n.º total de horas de emissão no período Tarde 2]; N= 1103h51m34s [n.º total de horas de emissão no período Noite]; N= 2503h43m39s [n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada].

A programação da *Antena 3* caracteriza-se pelo predomínio de *música* ao longo de todo o dia, com uma presença muito superior à dos restantes géneros, em qualquer período horário. O peso da música chega a ser próximo de 100 % na noite/madrugada (23h-05h59) e de 90 % no período da noite (20h-22h59m). Somada aos programas de entretenimento, os dois macrogéneros preenchem praticamente todo o tempo de emissão. Em contrapartida, a música apresenta menor concentração na primeira parte da manhã (06h00-09h59) perto de dois terços (64,3 %) do tempo de emissão.

O entretenimento regista a segunda maior presença em quatro dos intervalos horários, com exceção da manhã 2 (10h-11h59), em que é ultrapassado pelos conteúdos culturais e de conhecimento (10 %) e informativos (8,3 %) e também no período da tarde 1 (12h-16h59), ficando aí aquém da categoria cultural/conhecimento (11,5 %). Manhã 1 e Tarde 2 são os períodos tipicamente considerados como o horário nobre da rádio, sendo também aqueles em que o entretenimento tem maior peso relativo, entre um quinto e um quarto do tempo total de emissão. O programa que mais contribui para o peso desta categoria é o *talkshow* “Prova Oral”, emitido de 2ª a 6ª às 19h, com repetição às 6h do dia seguinte. Nas manhãs, dos conteúdos de entretenimento fazem também parte, com alguma expressão, pequenas rubricas de humor como “Audiogésicos da Dra. Ana Correia”, “Portugalex” ou “Vamos Todos Morrer”.

Considerando as categorias de *género* por período horário (Cf, Anexo III - Figuras), domina em quatro dos seis períodos horários a *música de continuidade*, sobretudo entre as 10h e as 16h59 (manhã 2 e tarde 1), em que representa três quartos do volume horário total (respetivamente 75,8 % e 74,8 %).

Sendo a *música* a categoria marcante do serviço de programas *Antena 3*, nos períodos da noite e madrugada a música de continuidade cede lugar aos programas *de música*. Trata-se sobretudo de programas de autor, seleções musicais escolhidas por intervenientes reconhecidos no campo musical, numa variedade de estilos musicais. Esta categoria também abrange programas especiais temáticos. Os *programas de música* representam, no turno da noite (das 20h às 22h59), metade do tempo de emissão (51,4 %) e, no período noite/madrugada (entre as 23h e as 6h), perto de três quartos (62,7 %).

Observando a diversidade de géneros ao longo do dia, o período da *manhã 1* (06h-09h59) é o que apresenta o leque mais vasto – 13 dos 18 *géneros* presentes na programação da *Antena 3*. Contudo, sob a aparência de diversidade, a *música de continuidade* concentra 55,6 % dos conteúdos emitidos, num total de quase 770 horas. A grande distância da música, os conteúdos de entretenimento são os segundos com maior presença neste horário, sobretudo o programa de *talk show* (17,3 %) referido mais acima.

A diversidade de géneros é menor no resto do dia. No segundo período da manhã (10h-11h59), são emitidos sete *géneros*, com claro predomínio da *música de continuidade*. Neste horário, os programas de artes e media são a segunda categoria mais representada (10 %), com destaque para “Precisamos de Falar” e “Domínio Público”. É ainda de assinalar a emissão de *debates/entrevistas* (6,6 %), um género informativo que só tem expressão relevante neste horário, ao fim-de-semana, com o programa de entrevistas “Razão de Ser”.

No primeiro turno da tarde (entre as 12h e as 16h59) são emitidos 11 géneros, ainda que os únicos com presença expressiva sejam a música de continuidade (74,8 %) os

programas de música (10,5 %) e os de artes e media (10,6 %). É neste turno que os conteúdos de natureza *cultural/conhecimento* têm, em termos absolutos, maior expressão, devido não só aos programas de artes e media (“*Domínio Público*”) mas também aos de ciências e o programa educativo (“*Em Nome do Ouvinte*”).

Na segunda parte da tarde, entre as 17h e as 19h59, foram emitidos dez *géneros* de conteúdos. O peso da música de continuidade corresponde a 46,6 % do tempo de programação emitido, os *programas de música* a 24,2 % e os *talk shows* representam 20,6 %, conferindo peso ao *entretenimento*.

Tomando em conta o horário da *noite* (20h-22h59), em que foram emitidos conteúdos de sete *géneros* distintos, os *programas de música* tomam a dianteira, representando metade do tempo de emissão (51,4 %). A música de continuidade corresponde aqui a uma parcela mais moderada da programação, um terço do tempo de emissão (32,5%). Entre todas as faixas horárias, é nesta que assume maior expressão, tanto absoluta como relativa, a emissão de *espectáculos* (5 %).

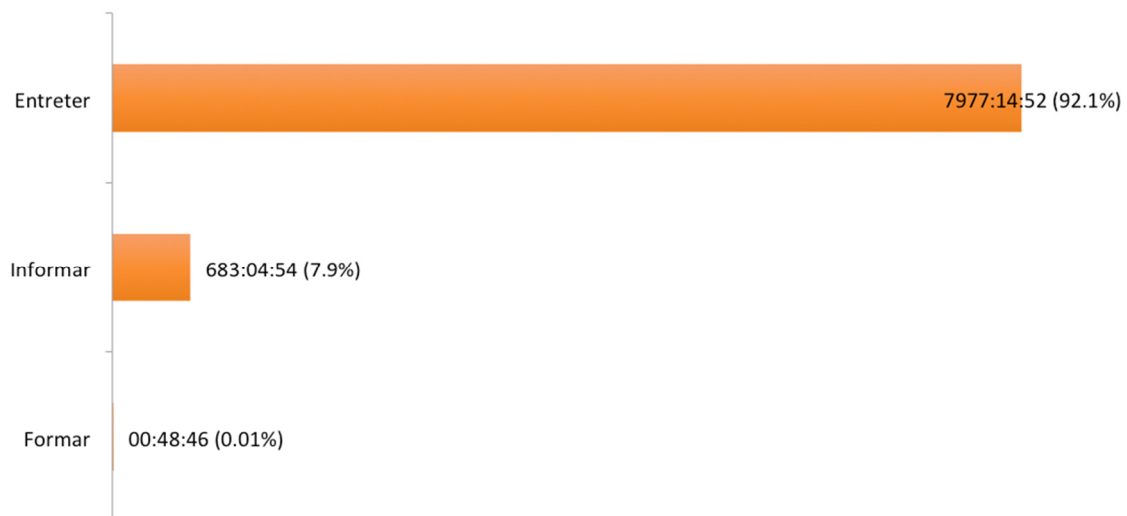
Na *noite/madrugada* (23h-05h59), para além das duas categorias dominantes – programas de música com maior destaque (62,7 %) e também música de continuidade (33,1 %), é de referir a expressão que assume a emissão de programas de *talk show* (3,3 %). Os restantes seis *géneros* emitidos neste horário têm apenas expressão marginal.

Ainda que nos dois períodos noturnos se registre uma baixa diversidade quanto à quantidade de *géneros* emitidos, é de ressaltar que nestes turnos dominam os programas de música, sendo muitos deles espaços de curadoria, vocacionados para divulgar música que tem espaço limitado no resto da antena.

c) Funções na programação

Em 2019, a *Antena 3* cumpriu três das *funções* previstas na presente análise para os conteúdos de radiodifusão.

Fig. 21 Duração das funções da programação da Antena 3 (2019)



N= 8661h08m32s (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

A função *entreter* domina a programação da Antena 3, ultrapassando nove em cada dez horas de emissão e preenchendo, no total anual, perto de 7980 horas de emissão.

Os conteúdos destinados a *informar* representaram cerca de oito em cada cem horas de emissão – o correspondente a uma média diária ligeiramente inferior a duas horas.

Formar tem uma presença residual (0,01 %), com um total anual de 50 minutos, a refletir a emissão de apenas duas edições do programa “Em Nome do Ouvinte”.

Uma visão geral sobre a relação entre *funções* e *géneros* dos programas confirma, regra geral, uma expectável correspondência entre ambos (Cf, Anexo III - Figuras). *Informar* é a função primordial associada a nove *géneros* de programas, Tratando-se de um serviço de programas vocacionado para um público jovem, esta *função* acaba por não estar somente associada às categorias do *macrogénero informativo*, como é comum suceder noutros serviços de programas. Os programas culturais de *artes e media* são os que mais concorrem para realizar esta *função* (41,4 %): o magazine “Domínio Público”, na versão longa e em formato de rubrica, é o programa que mais tempo conta em antena, neste género. Em segundo lugar surgem alguns programas de música (14,9 %). seguidos de perto pelos *noticiários* (14,5 %). Exemplos de programas de música com função informativa são sobretudo os Especiais sobre bandas.

Formar, uma função com presença residual na programação da Antena 3, está associada a programas *educativos*, em concreto ao programa “Em Nome do Ouvinte” que, em 2019, foi emitido apenas duas vezes.

A *função entreter*, apesar de se encontrar refletida em nove géneros, concentra-se fortemente na *música de continuidade* e nos *programa de música* que, juntos, representam 88,2 % do tempo total da *função*, somando mais de sete mil horas anuais. Para além destes, assinala-se o *talk show* como terceiro *género* mais expressivo na duração total desta função (8,2 %).

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

A análise das grelhas de emissão dos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3 visa também a caracterização da programação do serviço público de rádio emitida em 2018, tendo em vista as disposições do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT).

Em termos de diversidade e de pluralismo da programação de rádio, o CCSPRT impõe (cf. Anexo II - Obrigações) à RTP, enquanto entidade concessionária, disponibilizar diversos serviços de programas com diferentes orientações estratégicas, visando promover uma oferta de serviço público que capte diversas faixas da população e cobrindo audiências diversificadas.

O CCSPRT operacionaliza esta orientação através do princípio da complementaridade da programação dos diversos serviços de programas de rádio, no que respeita ao

cumprimento das exigências de serviço público. Assim, a oferta radiofónica de serviço público deve «ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas» (n.º 3 da cláusula 4.ª).

A análise expandida visa, pois, compreender se esta complementaridade entre os três principais serviços de programas de rádio do serviço público existe e se a oferta de programação pode globalmente ser considerada diversa e plural. Assim sendo, é exigida uma leitura conjunta dos dados dos três serviços de programas, considerando ao mesmo tempo as especificidades que lhes estão atribuídas.

É também exigência imposta ao serviço público de radiodifusão a «adoção de tecnologias, técnicas e equipamentos que proporcionem a melhoria da qualidade ou eficiência do serviço público e a sua disponibilização nas diversas plataformas de distribuição de conteúdos audiovisuais, incluindo as plataformas móveis, e de acordo com os diversos contextos de acessibilidade» (alínea j) do n.º 2 da cláusula 4.ª).

O CCSPRT prevê ainda que «a concessão do serviço público de rádio e televisão abranja a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de **serviços multimédia** de natureza **informativa, educativa, formativa, cultural** e de **entretenimento**, nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo a internet» (n.º 1).

Tomando em consideração a missão de cada um dos serviços de programas analisados:

- «Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma **forte componente informativa** e de **entretenimento**, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de **música portuguesa**, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações **culturais, desportivas** e outras, de grande interesse do público»⁸.

A RTP cumpre a obrigação de emitir um serviço de programas da rádio de âmbito nacional de carácter generalista, com as características transcritas no quadro acima, disponibilizando para o efeito a **Antena 1**.

No conjunto das emissões do serviço público de radiodifusão sonora, a **Antena 2** é o serviço de programas ao qual está confiada a tarefa de oferecer tipos de conteúdos alternativos aos que predominam no espaço radiofónico em geral. Deste modo, está especialmente vocacionado para a emissão da designada música erudita e para a promoção do conhecimento nos domínios da música e de outras expressões artísticas.

«Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de **música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea**, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em **fomentar o conhecimento e o gosto pela música**, aberto à temática das **letras, das artes e das ciências**, sensível à modernidade»⁹.

Por seu turno, a **Antena 3** é o serviço que se destina aos públicos mais jovens.

⁸ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a).

⁹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea b).

- «Um serviço de programas nacional vocacionado para o **público mais jovem**, que reflita as suas **diversas aspirações e interesses**, promova **novas ideias e projetos** e **estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade**»¹⁰.

Do anexo consta a grelha de programação e de pequenos formatos distribuídos pelo alinhamento horário semanal de programas das várias Antenas (Anexo III – Figuras).

De seguida, expõem-se de forma resumida aspetos da análise da programação dos três serviços de programas de rádio mencionados, tendo em vista avaliar de que forma se traduz na observância das orientações específicas impostas pelo CCSPRT.

DIVERSIDADE DE GÉNEROS RADIOFÓNICOS

A dissimilitude entre os conteúdos apresentados nas grelhas de programação dos três serviços de programas é um indício considerável do cumprimento da estratégia de complementaridade enunciada no supra citado contrato. No entanto, exige-se uma análise mais fina dos conteúdos disponibilizados.

A Antena 1 é o único serviço de programas que emite programas das seis grandes categorias. Tal face à ausência de conteúdos classificados em *institucional/religioso*, na Antena 3, e em *desporto* na Antena 2.

A Antena 2, que inclui programas pertencentes a cinco *géneros* (deixa assim de fora os *desportivos*), apresenta, por seu lado, os programas *culturais/conhecimento* e restantes a grande distância da *música*.

A Antena 3 emite programas pertencentes a cinco *géneros*, entre os quais sobressai a música, que representa mais de oito em cada dez horas de emissão. Segue-se, com expressão muito inferior, o *entretenimento*. Resta aos conteúdos de *cultura/conhecimento*, *informativos* e *desportivos* uma pequena parcela do tempo de emissão.

Constata-se, assim, que em todos os serviços de programas a **música é a categoria que predomina na programação**, sobretudo nos serviços de programas **Antena 2 e Antena 3** em que a *música* assume especial relevância, representando aproximadamente **quatro quintos da duração total** da programação do ano, respetivamente 76,5 % e 83,6 % em cada um deles. Por seu turno, a **Antena 1** apresenta muito menor percentagem de *música* no total da sua programação (38,2 %), mas ainda assim esta categoria lidera os *géneros* que difunde.

Embora esta convergência possa apontar para a ausência **de diversidade de conteúdos entre as três Antenas**, o facto é que esta se aplica às macro-categorias, ao passo que os estilos musicais e a natureza da programação se diversificam. Enquanto a Antena 1 recorre à música sobretudo como ligação entre outros conteúdos, ou dedicando a atenção a música portuguesa sobretudo de raiz tradicional, os restantes serviços de programas possuem orientação clara relativamente aos conteúdos musicais que emitem. A Antena 2 tem por missão apresentar conteúdos musicais eruditos, clássicos, bem como eletrónica, jazz e *blues* e a obra dos artistas consagrados do século XX, a Antena 3, com

¹⁰ Cf. CCSPRT, cláusula 15.ª, n.º 2, al. c).

conteúdos musicais marcadamente atuais e dirigidos aos públicos jovens, passando por diversas áreas musicais, refletindo nos conteúdos os estilos de vida desta faixa da população.

Considerando os 31 *géneros* em que se desdobram as macro-categorias mencionadas, a Antena 1 apresenta 26, mostrando-se cumpridora da exigência contratual de se apresentar como um «serviço de programas nacional de carácter generalista, (...) [com] uma forte componente informativa e de entretenimento». Nas três primeiras posições figuram dois géneros pertencentes à categoria *música: música de continuidade e programas de música*, respetivamente a primeira e a terceira posições. No segundo lugar encontram-se os *noticiários*.

Em 2019, a Antena 2 apresentou programas enquadrados em 16 *géneros*. É o serviço com a mais elevada transmissão de conteúdos no âmbito *cultural/conhecimento*. A sua vocação para os géneros clássico e erudito reflete-se na baixa diversidade de *géneros* presentes nas suas grelhas, pese embora a diversidade de funções assumidas pela categoria *música*. A especificidade dos conteúdos da Antena 2 está contemplada no CCSPRT, verificando-se que a sua programação se afasta daquela que se apresenta nas duas antenas mais generalistas do serviço público (Antena 1 e Antena 3).

Na Antena 3, que emitiu 18 dos 31 *géneros*, verifica-se que a *música de continuidade* se destaca, com 50,7 % da emissão, seguida pelos *programas de música* (31,8 %). O terceiro *género* mais importante, mas a grande distância, é o *talk show* (7,5 %). Este serviço de programas deve estar «vacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade».¹¹

Os programas sobre música abordam estilos muito diversos: música feita em Portugal, géneros musicais como eletrónica e dança, *rock*, *heavy metal*, alternativa, *world music*, *hip hop*, *soul*, *r&B*, *reggae*, *dub*, *house*, *drum & bass*, *electro*, *breakbeat*, entre outros.

Na Antena 1, os *espetáculos* (2,1 %), com destaque para festivais de Verão variados e Festival da Eurovisão, cumprem a obrigação de transmissão de concertos. Em termos de manifestações culturais, a Antena 1 acompanha, ainda, na área da música os festivais de música o Festival B, Bons Sons, Castro Galaico, Festival Med, FMM – Festival de Músicas do Mundo, que dão, igualmente, projeção a vários pontos do país. Para além destes conteúdos, são feitas coberturas de concertos de vários músicos portugueses.

Assim, a cobertura destes eventos, ao abranger várias regiões, permite ainda à Antena 1 dar expressão «às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores».

Para a mesma obrigação de promover a produção e transmissão de concertos musicais, também a partir do estrangeiro, «nomeadamente nas emissões destinadas ao público mais jovem», a transmissão de *espetáculos* da Antena 3 (1,2 % da programação) e a presença em festivais de música dão cumprimento a esta obrigação.

¹¹ Cf. Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, cláusula 15.ª, n.º 2, alínea c).

A Antena 3 dá lugar à divulgação de novos artistas e bandas, nomeadamente através de programas de autor orientados para públicos de vários géneros musicais. Os concursos de bandas são formas de estimular a criação artística nos jovens e incentivam a sua participação na sociedade. A Antena 3 promove-os através do sítio *online*, da página do *Facebook* e ainda na emissão de rádio.

A promoção da Língua Portuguesa tem em programas *educativos* da Antena 1 como “O Jogo da Língua” e “Palavra do Dia” exemplos de conteúdos destinados a promover a língua, que o CCSPRT prevê. Esta obrigação também conta na Antena 2 com o programa “Palavra de Bolso”.

Os programas de *ciências e humanidades*, que somam 8,7 % da programação da Antena 1, respondem a exigências de serviço público como inclusão de programas que «apoie e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público». Estão incluídos programas como “À Volta dos Livros”, sobre literatura, “Não Há Duas Sem Três”, acerca de crenças populares, ou “Visita Guiada”, sobre o património cultural português, entre outros.

O conteúdo *artes e media* representa 16,8 % da programação da Antena 2, com programas como “Caleidoscópio”, “A vida é breve”, “A ronda da noite”, “Império dos sentidos” e “Roteiro das artes”, entre outros.

O CCSPRT incumbe a concessionária do dever de «promover a divulgação de **iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador**, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais», missão que é abraçada pela Antena 1, que dedica grande destaque semanal aos conteúdos desportivos, com particular destaque para o futebol, quer das competições nacionais, quer internacionais que envolvam equipas portuguesas. Além do futebol, mereceu atenção a Volta a Portugal em Bicicleta.

De referir ainda que o **programa do provedor do ouvinte** “Em Nome do Ouvinte” é transmitido nos três serviços de programas. O CCSPRT prevê a transmissão deste tipo de conteúdos, mas não obriga à sua repetição em todas as Antenas.

FUNÇÕES NA PROGRAMAÇÃO

A análise das *funções* da programação da Antena 1 permite desde logo avaliar o cumprimento do estipulado no CCSPRT (cláusula 15.ª, n.º 2, alínea a)), no que respeita à necessidade de o serviço de programas disponibilizar conteúdos com «uma forte componente informativa e de entretenimento». Os programas que compõem as grelhas da Antena 1 encontram-se polarizados em torno de duas *funções*: *informar e entreter*. No seu conjunto, ocupam mais de 95 % do tempo total de emissão.

A Antena 2 apresenta *entreter* como *função* mais relevante da sua programação, cumprida por cerca de 5 mil e noventa horas de conteúdos difundidos em 2019. *Informar* é o propósito principal das horas emitidas por este serviço de programas (34,2 %), enquanto *formar* não vai além de 4,3% da emissão anual.

Saliente-se que uma parte significativa da duração da *função informar* consiste em programas de *artes e media*, sobre várias expressões artísticas, entre elas a música, e

também ciência e tecnologia, literatura e património (42,9 %). Este aspeto vai ao encontro do estatuído no CCSPRT, no que respeita à necessidade de este serviço da rádio pública associar à música a vertente de divulgação e de dar a conhecê-la enquanto arte, o que não se esgota na transmissão de obras.

Fruto da missão que o CCSPRT confia à Antena 2 é, também, a diversidade de conteúdos integrados no *género programa de música*, patente nas diversas *funções* que estes podem assumir. Considerando a *função informar*, verifica-se que *programa de música* é o género com maior relevância horária, assumindo 45,1 % da duração da *função*. Estes programas abordam a música dos mais variados estilos na sua vertente contextual, histórica, compositores, intérpretes e outros protagonistas.

A *função entreter* é, a grande distância, a mais expressiva no conjunto da emissão da Antena 3, traduzida em mais de sete mil horas de emissão no ano (92,1 %). Esta *função* concretiza-se sobretudo na emissão de *música de continuidade* e de *programas de música*.

Informar, a segunda função, está associada a quase sete em cada cem horas emitidas, com destaque para os programas de *artes e media*, que representam perto de um terço daquele tempo, secundados pelos noticiários. *Formar* tem uma presença residual (0,01 %), com um total anual de 50 minutos, a refletir a emissão de apenas duas edições do programa “Em Nome do Ouvinte”.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Os três serviços de programas da concessionária do serviço público de rádio acompanham as inovações tecnológicas e encontram-se disponíveis a partir do portal da Rádio e Televisão de Portugal, nos respetivos sítios na internet e também nas redes sociais, em cumprimento do disposto no CCSPRT.

A Rádio e Televisão de Portugal, concessionária do serviço público de Rádio e Televisão, disponibiliza um portal (<http://www.rtp.pt/radio/>) a partir do qual é possível ao utilizador aceder às emissões em direto dos três serviços de programas de rádio em análise¹² e ainda a outras dez emissões: Antena 1 Madeira, Antena 1 Açores, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera, Antena 3 Madeira, Rádio Lusitânia, Rádio 80, RDP Internacional e RDP África.

O mesmo portal, através de acesso *on demand*, permite ao utilizador ouvir a quase totalidade dos programas emitidos na rádio, a partir de pesquisa alfabética, que são mantidos em arquivo com atualização permanente das edições mais recentes. Assim, os cidadãos acedem gratuitamente a partir da internet aos conteúdos emitidos pelo serviço público de rádio, a qualquer hora e lugar, também em dispositivos móveis (*RTP Mobile*).

No seu conjunto, estes conteúdos respondem já às obrigações contidas na cláusula 17.ª do CCSPRT, designadamente nos n.ºs 1 e 2.

De acordo com a alínea g) da cláusula 4.ª do CCSPRT, a Antena 1 encontra-se *online* através do sítio <http://www.rtp.pt/antena1/>, com emissão *online* em direto e

¹² Cf. <http://www.rtp.pt/play/direto/antena1>, <http://www.rtp.pt/play/direto/antena2> e <http://www.rtp.pt/play/direto/antena3>.

programação *on demand* atualizada à última edição de cada programa. Destaca na sua página conteúdos de informação, em constante atualização. Além de estarem acessíveis via *RTP Play*, alguns programas podem ser acedidos também através de *podcasts* que é possível subscrever. Também está disponível a subscrição por *e-mail* de uma *newsletter* com os principais destaques noticiosos do dia. Há ainda a possibilidade de descarregar a aplicação móvel RTP Notícias.

Apresenta ainda um *feed* com os conteúdos da página da rádio no *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena1>) e uma ligação direta para a página desta rede social e também do *Twitter* (<https://twitter.com/antena1rtp>).

O sítio da *Antena 2* (<http://www.rtp.pt/antena2/>) apresenta estrutura semelhante ao da Antena 1, embora os conteúdos colocados em destaque pertençam a categorias diversas: a informação e o desporto são substituídos por eventos como as Feiras do Livro, festivais de música clássica, erudita ou músicas do mundo, o concurso dedicado aos jovens, Prémio Jovens Músicos, que integra depois as grelhas da rádio, concertos e obras de compositores portugueses contemporâneos, vídeos da mesma natureza e ainda uma área especificamente dedicada à ópera.

Disponibiliza a emissão em direto, informação sobre as grelhas diária, semanal e mensal, o concurso para jovens músicos e destaques institucionais, também da televisão pública, a par dos *podcasts* de vários programas do operador. Através do *RTP Play*, acede-se a programação *on demand* (conteúdos gravados) e através do canal “Ópera”, a uma *web* rádio, que difunde estas obras. Em “Fora de Portas”, a Antena 2 publica a agenda cultural, com predomínio de concertos e festivais de música (nacionais e internacionais) que transmite, ligados a programas que os divulgam e, em alguns casos, os desenvolvem. Em “+Antena2” acede-se a um arquivo de vídeos de concertos, argumentos e letras de canções.

A Antena 2, tal como a Antena 1, mostra um *feed* com os conteúdos da página da rádio no *Facebook* (<https://www.facebook.com/antena2>) e ligação ao *Twitter* (<https://twitter.com/antena2rtp>). Disponibiliza, da mesma forma, os ícones destas duas redes sociais que ligam diretamente aos perfis da rádio.

A *Antena 3* apresenta a sua página (<http://media.rtp.pt/antena3/>) com uma estrutura diversa das duas outras antenas, o que se coaduna com o facto de, por imposição do CCSPRT, se dirigir a um público-alvo mais jovem. Na página de entrada, disponibiliza emissão em direto, programação *on demand* e *podcasts*.

A página tem uma secção “Ouvir”, que remete para entrevistas, programas, rubricas, entrevistas, *mixtapes*, *podcasts*. Uma secção “Ver” direciona o utilizador para conteúdos audiovisuais sobre música e músicos: documentários (“Antena3Docs”), reportagens, *videoclips*, programas (“No Ar”) e registos de atuações nos estúdios da rádio (“Ao Vivo”), Em “Ler” acede-se a conteúdos escritos – entrevistas, artigos, notícias.

Também a partir da *homepage* da *Antena 3* é possível aceder aos programas disponíveis no *RTP Play* (<https://www.rtp.pt/play/programas/tema/antena3>), assim como à presença da rádio nas redes sociais: *Facebook* (www.facebook.com/antena3rtp) onde tem mais de 346 mil seguidores, *Twitter* (<https://twitter.com/antena3rtp>), com 196 mil seguidores e *Instagram* (<https://www.instagram.com/antena3rtp/>), que tem registado o maior

crescimento, com 44,5 mil seguidores,¹³, Também está disponível a ligação ao canal da rádio no *Youtube* (<https://www.youtube.com/user/antena3rtp>) e perfil no *Spotify*.

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

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

4. METODOLOGIA

A análise incide sobre o *universo* de programas emitidos em 2018 pelos três serviços de programas do serviço público de rádio: Antena 1, Antena 2 e Antena 3.

O modelo adotado responde aos objetivos centrais de identificar os *géneros radiofónicos* que constituíram as grelhas de programação e conhecer as *funções* prosseguidas pelos conteúdos disponibilizados aos ouvintes dos três serviços de programas da rádio pública.

Entende-se por *género* a identificação de estruturas e de modelos de apresentação de programas de rádio relativamente padronizados e associados aos conteúdos temáticos que difundem, com base nos quais é estruturada uma grelha de programação.

A identificação dos *géneros radiofónicos* é efetuada a dois níveis:

- a) *Nível I – Macrogéneros*: a classificação de programas de acordo com grandes *categorias de programação* que agregam diferentes géneros associados à difusão de um determinado conteúdo temático de base. No presente estudo são considerados seis *macrogéneros*: *informativo, desportivo, música, entretenimento, cultural/conhecimento e institucional/religioso*.
- b) *Nível II – Géneros*: resulta do refinamento das categorias de nível macro, identificando modelos de apresentação e conceção particulares de programas, os quais se encontram associados à difusão de um determinado conteúdo específico, integrando uma das grandes *categorias de programação* consideradas. A título de exemplo, a macrocategoria *desportivo* é subdividida em quatro *géneros* particulares: *informação desportiva, transmissão desportiva, resumo desportivo e comentário desportivo*.

¹³ Páginas consultadas a 20 de maio de 2019 [última consulta].

A grelha de classificação integra seis categorias de *macrogéneros* e 31 categorias de *géneros* (cf. Anexo I - Anexo Metodológico, Figura 32).

No que respeita ao conceito de *função na programação*, define-se como a finalidade prevalecente num determinado programa de acordo com os critérios definidos no âmbito da presente análise e que resultam nas categorias: *informar, formar, entreter e promover/divulgar*.

A prossecução destas funções, regra geral, encontra-se diretamente associada à ocorrência de determinados *géneros* na grelha de programação – a título ilustrativo, o *noticiário* associa-se à função *informar*, assim como um programa classificado como *educativo* apresenta *formar* como a função predominante. Independentemente de cada programa ser apreciado individualmente à luz desta variável, apresenta-se em anexo uma grelha de referência sobre a correspondência entre *géneros* e *funções* de programação (cf. Anexo I – Anexo Metodológico, 0).

Por *unidade de análise* entende-se todos os espaços que se apresentam como elementos autónomos, com uma identificação própria e delimitados temporalmente na grelha de programação.

O recenseamento das *unidades de análise* foi realizado com base no registo efetuado pela concessionária do serviço público de rádio e televisão de todos os programas/rubricas emitidos pelos serviços de programas Antena 1, Antena 2 e Antena 3, durante 2019.

O registo da totalidade da programação das três antenas foi remetido pelo operador numa base de dados, cujas entradas foram validadas e codificadas de acordo com o modelo de análise definido pela ERC. Deste processo de validação e codificação resultou uma base de dados nos moldes que constam no Anexo I – Anexo Metodológico.

Os resultados expostos repousam sobre o recurso a duas unidades de medida: *frequência* – número de ocorrências de programas/unidades de programação emitidas – e *duração* (hh:mm:ss), tendo sido privilegiada esta última. A opção deriva do facto de a programação de rádio apresentar características próprias do meio, que levam a que nas suas grelhas diárias de emissão figurem grandes blocos que englobam conteúdos diversos: desde programas em pequeno formato, rubricas, passatempos, passando por música, noticiários, entre outros. Essas grandes unidades de programação contínua a cargo de um mesmo locutor/apresentador aproximam-se da noção de “programa-contentor”. Assim, a opção pela duração pretende aproximar os resultados desta análise à realidade, através da perceção da percentagem relativa de tempo de exposição dos ouvintes a tipos de programas e duração das funções por estes prosseguidas.

O quadro metodológico utilizado encontra-se explicado de forma detalhada no anexo que constitui parte integrante do presente capítulo (Anexo I – Anexo Metodológico).

5. ANEXOS

ANEXO I – ASPETOS METODOLÓGICOS

a) Géneros radiofónicos

A noção de *género radiofónico* remete para a classificação dos diferentes tipos de conteúdos que se apresentam como unidades autónomas no alinhamento global de programação de um serviço de programas de rádio, nos quais é possível reconhecer formatos relativamente padronizados e que estruturam as grelhas de emissão.

A operacionalização da noção de *género radiofónico* enquanto conceito analítico apresenta-se, no entanto, problemática, desde logo por se tratar de um conceito *multidimensional*. A classificação de *géneros radiofónicos* pode colocar-se a vários níveis, tomando em consideração as diferentes dimensões sob as quais os programas podem ser analisados.

A presente análise não está orientada para a superação definitiva desta questão. O objetivo central consiste sim em aplicar uma tipologia de *géneros radiofónicos* que permita observar as práticas de programação dos serviços de programas considerados.

A grelha de classificação adotada compreende uma análise dos programas de rádio a dois níveis. Numa primeira abordagem, são consideradas seis grandes *categorias de programação*, designadas por *macrogéneros*, estabelecidas segundo as *intencionalidades* que prosseguem, os *públicos-alvo* a que se dirigem ou os tipos de *conteúdos* que veiculam: *informativo*, *desportivo*, *música*, *entretenimento*, *cultural/conhecimento* e *institucional/religioso*.

Para uma análise mais fina, cada uma destas grandes categorias de géneros radiofónicos conhece um desdobramento num segundo nível - *géneros radiofónicos* -, em que se procura especificar com maior acuidade os tipos de programas em função dos *formatos* que assumem ou do seu *conteúdo*. Esta grelha compreende 31 *géneros* radiofónicos.

b) Grelha de classificação geral de géneros radiofónicos – *macrogéneros* e *géneros*

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos acerca dos assuntos relevantes da atualidade, compreendendo *noticiários*, programas de *debate e entrevista*, de *antena aberta*, *comentário*, *edição especial* e *magazines informativos*, mas também informação específica como é o caso da meteorologia, trânsito ou bolsa.

Desportivo: programas vocacionados para conteúdos relacionados com o desporto, seja a informação sobre a atualidade, seja a exibição de competições desportivas das diversas modalidades; inclui *informação desportiva* (independentemente da especialização numa modalidade), *transmissões desportivas*, *resumos desportivos* (todas as modalidades) e programas de *comentário desportivo*.

Música: classifica conteúdos de índole musical, estejam eles organizados em programas de música, subordinados a géneros específicos ou programas de autor, mas também inclui os conteúdos musicais transmitidos em *playlist* e a transmissão de espetáculos

musicais. Assim, esta categoria encontra-se subdividida nos géneros: *programa de música, música de continuidade e espetáculos*.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante o entretenimento dos ouvintes, compreendendo *concursos/jogos, jogos interativos, programas de humor, talk shows e infotainment* (programas que seguem formatos dos géneros *informativos*, mas tendo como intenção principal o entretenimento dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas mormente dedicados à apresentação, divulgação e/ou informação sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, música, etc.), bem como para divulgar e informar sobre áreas do conhecimento e da investigação científica em diferentes campos do saber. Incluem-se também nesta categoria os programas *educativos*, entendidos como programas especificamente dedicados à formação dos públicos. A programação especificamente dedicada a assinalar datas comemorativas e efemérides, fora da vertente institucional, também se inclui nesta categoria – *género comemorações e efemérides*. Integram ainda esta categoria os programas dedicados a *artes e media, ciências e humanidades e educativos*.

Institucional/religioso: programas sobretudo desenvolvidos por entidades externas ao operador de rádio pública, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. Integram-se nesta categoria os espaços de programação desenvolvidos por entidades públicas, privadas ou por outras organizações da sociedade civil.

c) Funções na programação

Entende-se por *função* a finalidade que o operador prossegue, sob o ponto de vista da receção, com a seleção de um dado conteúdo radiofónico, tendo como ponto de partida a tríade clássica: *informar, formar e entreter*.

Além destas três *funções* centrais, considera-se ainda uma quarta aplicável a programas cuja finalidade central consiste na *promoção e divulgação*. Trata-se de programas que podem ser produzidos por entidades exteriores ao serviço de programas e que têm como finalidade primordial a divulgação de projetos, iniciativas, valores e/ou de ideias daqueles que os promovem.

A operacionalização da categoria *funções* encontra-se diretamente ligada ao conceito de *género radiofónico*. Parte-se do pressuposto de que as *funções* da programação não são dissociáveis dos *géneros radiofónicos* presentes nas grelhas de programação, considerando-se que se verifica, na maioria dos casos, uma correspondência entre estas duas dimensões de análise. Refira-se, contudo, que essa correspondência nem sempre é direta, pelo que não se dispensa a verificação das *funções* associadas a cada programa.

d) Correspondência entre géneros radiofónicos e funções

A figura abaixo estabelece uma correspondência entre *géneros radiofónicos* e *funções*, a qual se apresenta como indicativa, pois é a observação casuística, atendendo à finalidade predominante que se procura atingir em cada programa, que dita a codificação de cada unidade de análise segundo a categoria *funções*.

Fig.14 - Classificação de *géneros* radiofónicos e funções

Género 1º Nível	Género	Funções
<i>Macrogénero</i>	<i>Género</i>	
1. Informativo	1.1. Noticiário	Informar
	1.2. Reportagem	
	1.3. Debate/Entrevista	
	1.4. Comentário	
	1.5. Edição especial	
	1.6. <i>Magazine</i> informativo	
	1.7. Antena aberta	
	1.8. Boletim meteorológico	
	1.9. Informação trânsito	
	1.10. Informação bolsista	
	1.11. Outro (informativo)	
2. Desportivo	2.1. Informação desportiva	Informar
	2.2. Transmissão desportiva	Entreter
	2.3. Resumo desportivo	Informar
	2.4. Comentário desportivo	Informar
3. Música	3.1. Programa de música	Entreter/Informar
	3.2. Música de continuidade	Entreter
	3.3. Espetáculos	Entreter
4. Entretenimento	4.1. Concurso/jogo	Entreter
	4.2. Jogo interativo	
	4.3. Humor	
	4.4. <i>Infotainment</i>	
	4.5. <i>Talk show</i>	
	4.6. Outro (entretenimento)	
5. Culturais/conhecimento	5.1. Artes e <i>media</i>	Informar/Formar
	5.2. Ciências e humanidades	Informar/Formar
	5.3. Comemorações e efemérides	Informar/Formar
	5.4. Educativo	Formar
	5.5. Outro (cultural/conhecimento)	Informar/Formar
6. Institucional/religioso	6.1 Institucional	Informar/Formar/ Promover/divulgar
	6.2. Religioso	Promover/divulgar

e) Indicadores e modelo de análise

Unidade de análise – A *unidade de análise* corresponde a cada programa que se apresenta na grelha de programação como espaço autónomo, com um título identificativo e delimitado temporalmente na grelha de programação.

São excluídos os espaços dedicados a publicidade e autopromoções, bem como outros elementos de antena (separadores, indicativos de estação, etc.) não enquadráveis na definição de *unidades de análise*.

Indicadores base de dados – A análise partiu da codificação de todos os programas que constam das grelhas de programação dos três serviços de programas de rádio conforme o registo disponibilizado pela RTP – Rádio e Televisão de Portugal, constituindo-se a partir daí uma base de dados de acordo com os seguintes indicadores:

Serviço de programas – indica o nome do serviço de programas no qual foi emitido o programa.

Data – indica a data de exibição do programa (dd/mm/aaaa).

Nome do programa – indica o nome do programa tal como é apresentado na grelha.

Duração – indica a duração total do programa (hh:mm:ss).

Género nível I – indica o *macrogénero* em que se inscreve determinado programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Género nível II – indica o *género radiofónico* do programa de acordo com a classificação de géneros considerada.

Função – indica o fim predominante que o programa visa prosseguir na relação com o ouvinte, atendendo às quatro funções consideradas.

Período horário – indica o período horário em que o programa foi exibido, considerando seis períodos:

- Manhã 1 (06h00-09h59m);
- Manhã 2 (10h00-11h59m);
- Tarde 1 (12h00-16h59m);
- Tarde 2 (17h00-19h59m);
- Noite (20h00-22h59m);
- Noite/madrugada (23h00-05h59m).

Os programas cuja duração compreende dois destes períodos horários são classificados no período em que a sua duração é maior (por exemplo, um programa com início às 19h15m e fim às 21h30m é classificado como pertencendo ao período da *noite*).

Período semanal – indica o dia da semana em que o programa foi exibido, repartido entre *dia de semana* e de *fim de semana*.

f) Fontes de informação/Processo de codificação

Fontes de informação – A análise compreende o universo de programas emitidos pelos três serviços de programas do serviço público de radiodifusão sonora – Antena 1, Antena 2, Antena 3, de acordo com o registo enviado pelo operador.

Após o primeiro recenseamento de todos os programas emitidos, procedeu-se a um trabalho de validação dos dados obtidos, de modo a anular eventuais duplicações de unidades de análise ou da segmentação de alguns programas em partes e outros

elementos de programação registados na fonte original que não se encontram contemplados na presente análise (por exemplo, autopromoções).

Processo de codificação – A codificação implica a verificação direta do registo áudio dos programas, coadjuvada pela descrição disponibilizada *online* e pela classificação dada pelo operador, designadamente no que respeita ao preenchimento dos indicadores *género nível I*, *género nível II* e *função*. A codificação foi realizada pelos serviços técnicos da ERC, tendo-se procedido posteriormente à validação de todas as entradas registadas na base de dados.

Anexo II – Obrigações de programação

A análise de programação de rádio desenvolvida no presente capítulo adota como ponto de referência preceitos que constam do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão - CCSPT.

Não se pretende abarcar todas as obrigações de programação estabelecidas no clausulado referido, mas apenas os aspetos que remetem para a apreciação do *pluralismo* e da *diversidade* da programação, aferidos em função da análise de *géneros televisivos* e das *funções predominantes* na programação dos três serviços de programas generalistas do setor público. São ainda consideradas as obrigações da concessionária relativamente ao estipulado na vertente de tecnologia e inovação, com incidência nos conteúdos multimédia disponibilizados. São estas obrigações que surgem listadas de seguida.

Fig.15 - Quadro de referência – Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão

Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015	
Cláusula 4.ª – Princípios de atuação	
1.	A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão, e do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação.
2.	Na aplicação dos princípios referidos no número anterior, a Concessionária assegura:
	(...)
	c) Uma programação variada, contrastada e abrangente, que corresponda às necessidades e interesses dos diferentes públicos;
	d) Uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos;
	e) Uma programação globalmente diferenciadora face à oferta do mercado audiovisual português;
	f) A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural;
	g) A valorização da criatividade e a promoção do experimentalismo audiovisual;
	(...)
3.	Sem prejuízo do cumprimento das obrigações especialmente previstas no presente Contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdo e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta às especificidades de cada serviço de programas.
	(...)
Cláusula 6.ª – Obrigações Específicas da Concessionária	
1.	Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente, e de acordo com os princípios referidos na cláusula 4.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.
2.	À Concessionária incumbe, designadamente:
	a) Fornecer uma programação variada, diferenciadora e abrangente, que promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias;

b)	Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada;
c)	(...)
d)	Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados ao público infante-juvenil que contribuam para a formação, incluindo, quanto à televisão, nos serviços de âmbito nacional de acesso não condicionado livre, a emissão de espaços diários adequados ao escalão etário a que se destinem;
e)	Garantir a transmissão de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos;
f)	Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões da integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias;
g)	Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento;
h)	Participar em atividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo nomeadamente a transmissão de programas orientados para esse objetivo;
	(...)
n)	Ceder tempo de emissão às confissões religiosas;
	(...)
q)	Ceder tempo de emissão aos Provedores do Serviço Público, em horário que estes considerem adequado, com a duração que julguem necessária consoante a matéria tratada, tendo em conta o limite máximo de uma hora de emissão por mês para cada Provedor ao qual este tempo de emissão se encontra sujeito, num dos serviços de programas de acesso não condicionado livre ou num dos serviços de programas radiofónicos.

Fig.16 - Quadro de referência – Âmbito e ações a desenvolver em matéria de programação pelos serviços de programas de rádio

Serviço Público de Rádio	
Cláusula 15.ª – Âmbito	
2. Integram o serviço público de rádio:	
a)	Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de grande interesse do público;
b)	Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências, sensível à modernidade;
c)	Um serviço de programas nacional vocacionado para o público mais jovem, que reflita as suas diversas aspirações e interesses, promova novas ideias e projetos e estimule a sua atitude crítica e participação na sociedade.
	(...)
Cláusula 16.ª – Ações a Desenvolver em Matéria de Programação	

Para concretização do disposto na cláusula anterior, a Concessionária deve desenvolver, sem prejuízo de outras que se venham a afigurar necessárias, em conformidade com o disposto no projeto estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este, as seguintes ações:

-
- a) Promover a inserção, nas suas emissões, de programas que apoiem e divulguem as atividades destinadas a defender e consolidar as tradições e os costumes que consubstanciam a nossa identidade, bem como a promoção da língua e dos valores culturais portugueses;
-

(...)

- e) Promover a produção e transmissão de concertos musicais, bem como a transmissão de concertos realizados no estrangeiro, nomeadamente nas emissões destinadas ao público jovem;
-

- g) Promover a divulgação de iniciativas e atividades desenvolvidas na área do desporto, profissional ou amador, quer em Portugal quer no estrangeiro, dando especial atenção às provas e competições que envolvam equipas ou atletas nacionais; e
-

- h) Promover a inclusão nas suas emissões de programas que apoiem e divulguem atividades nas áreas da saúde, educação, igualdade de género, defesa do consumidor e do ambiente, ou de outras de reconhecido interesse público.
-

Cláusula 17.ª – Multimédia

1. A concessão do serviço público de rádio e televisão abrange a produção e difusão de conteúdos sonoros ou audiovisuais e a prestação de serviços multimédia de natureza informativa, educativa, formativa, cultural e de entretenimento nos diversos meios de comunicação, plataformas tecnológicas e terminais de acesso de uso generalizado do público, incluindo internet.

2. O serviço público de rádio e televisão prestado através da Internet pode abranger (...) a transmissão simultânea ou diferida, de programas de rádio e de televisão, a disponibilização de serviços e conteúdos audiovisuais especialmente concebidos e organizados para o meio e, em qualquer caso, a sua disponibilização a pedido individual do utilizador.

(...)

6. A concessionária disponibilizará na internet, de acordo com os critérios editoriais internos, os documentos sonoros e audiovisuais de relevante valor histórico, sociológico, científico, educativo ou artístico que promovam a salvaguarda da memória coletiva e o reforço da identidade nacional.

ANEXO III – Figuras

Fig.17 - Grelha de programação semanal da Antena 1 (Setembro 2019)



	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
00:00	Alma Lusa Edgar Canelas	Crónicas da Idade Média Ruben de Carvalho Iolanda Ferreira	Visita Guiada Paula Moura Pinheiro	Radicais Livres (REP) Rui Pêgo, JN Pinto e R. Carvalho	Sem Ensaio Carlos Martins	Sultões do Swing José Navarro de Andrade	Costa a Costa Pedro Costa
01:00		Grandes Adeptos Linha do Horizonte	Alma Lusa (REP) Edgar Canelas	Rádio Aurora - A Outra Voz Hospital Júlio de Matos	Oceano Atlântico Pedro Coquenão	O Amor é...(REP) Prof. Júlio Machado Vaz e Ines Menezes	
02:00	Visão Global (REP) Mario Rui Cardoso	Linha do Horizonte	Linha do Horizonte	Linha do Horizonte	Linha do Horizonte	A Cena do Ódio (REP) David Ferreira	Encontros Imediatos João Govern e Margarida Pinto Correia
03:00	Linha do Horizonte					Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves	
04:00							
05:00	José Candeias					Bairro Latino (REP) João Govern	Rosa dos Ventos (REP) Jorge Afonso
06:00						O Povo Que Volta a Cantar Tiago Pereira	A Fé dos Homens
07:00	Manhã A1 José Carlos Trindade					José Candeias	Cantos da Casa Armando Carvaheda

				Eucaristia Dominical
			Davida Ferreira a Contar Consigo David Ferreira	Vozes da Lusofonia Edgar Canelas
			Encontros Imediatos João Govern e Margarida Pinto Correia	O Amor é... Prof. Júlio Machado Vaz e Ines Menezes
11:00	Antena Aberta António Jorge			A Cena do Ódio David Ferreira
12:00	Manhã A1 - 2ª parte Augusto Fernandes		Entrevista Maria Flor Pedroso	Visão Global Mario Rui Cardoso
13:00	Portugal em Directo		Radicais Livres Rui Pêgo, Jaime Nogueira Pinto e Ruben de Carvalho	Entrevista A1 / Negócios Uma Conversa Capital Rosário Lira
	Tatde A1 - 1ª parte Filomena Crespo			
14:00			Grandes Adeptos Total Tiago Alves	Viva a Música (REP) Armando Carvalheda
15:00		Vivámusica Armando Carvalheda	Os Dias do Futuro Edgar Canelas	Especial Desporto Super Liga e Liga de Honra/ Musical A1

16:00	Tarde A1 - 2ª parte Paulo Rocha					Mundo Fantástico ou Masterclass (REP) N. Gonçalves	
17:00							
18:00						Cinemax (REP) Tiago Alves	
19:00	Grandes Adeptos Musical A1	Ponto de Partida Eduarda Maio	Grande Report D.I. Musical A1	O Esplendor de Portugal Rui Pêgo	Contraditório João Barreiros	Musical A1/ Desporto	
20:00	Noite A1 Jorge Afonso						
21:00							
22:00							
23:00	Musical A1	E Deus Criou o Mundo Henrique Mota	A Páginas Tantas Fernanda Almeida	Cinemax Tiago Alves	Um Homem e Uma Mulher Inês Pedrosa, Rui Zink	Rosa dos Ventos Jorge Afonso	Bairro Latino João Govern

Fonte: RTP

Fig.18 - Grelha de pequenos formatos na programação semanal da Antena 1 (2019)

	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
00:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
02:22						
02:42		Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)	Á Volta dos Livros (REP)	
02:54		5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	
03:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	
03:22		Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	
03:42		Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	
03:54		David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	
04:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
04:22		O Amor é (REP)	O Amor é (REP)	O Amor é (REP)	O Amor é (REP)	
04:42		Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)	Directo ao Consumidor(REP)	
04:55		Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	Não há duas sem três (REP)	
05:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
05:53	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa	Cantos da Casa	
06:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
07:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	
07:20	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História	Histórias da História	
07:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	
07:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	
07:36	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	David Ferreira a Contar	
07:42	Portugeses no Mundo	Portugeses no Mundo	Portugeses no Mundo	Portugeses no Mundo	Portugeses no Mundo	
07:55	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	Portugalex	
08:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
08:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	
08:13	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	
08:22	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	Um dia no Mundo	

08:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	
08:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	
08:42	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada	Fio da Meada	
08:47	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	
08:49	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	Contas do Dia	
08:57	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	Maria Vai com as Outras	
09:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
09:12	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	A Mosca	
09:22	O amor é...	O amor é...	O amor é...	O amor é...	O amor é...	
09:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	
09:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	
10:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
10:12	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista/Reportagem	Entrevista Reportagem	Entrevista/Reportagem	
10:48	Cinemax	Cinemax	Cinemax	Cinemax	Cinemax	
10:58	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	
11:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
12:15	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	
12:22	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	Portugalex (REP)	
12:30	Info Desporto (15')	Info Desporto (15')	Info Desporto (15')	Info Desporto (15')	Info Desporto (15')	
12:57	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	
14:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
14:20	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	Directo ao Consumidor	
14:32	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua	Jogo da Língua	
14:42	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	
14:57	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	Vou Ali e Já Venho	
15:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
15:22		Mundo Fiscal	Ouvido Crítico		Masterclass A1 / SPA	
15:42	SOS Refugiados				Pelo Sonho é Que Vamos	
15:58	1' de Ciência por dia não sabes o bem que te fazia	ZigZagZoo	Eu Digo e Pronto !		Troco por Trocas	
16:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários

16:08					Em Nome do Ouvinte	
16:20	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três	Não há duas sem três	
16:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	
16:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	
16:42	Portugueses no Mundo	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	Portugueses no Mundo(REP)	
16:50	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	Bolsa	
16:58	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	Muda Num Minuto	
17:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
17:13	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	
17:30	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	Síntese	
17:32	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	Info Desporto	
17:35	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil	SOS Vinil	
17:42	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	À Volta dos Livros	
17:57	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	Maria Vai com as Outras (REP)	
18:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
18:13	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	Actualidade	
18:30	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	
18:45	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	David Ferreira a Contar (REP)	
18:57	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	90" de Ciência	
19:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
20:22	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	Números sem Espinhas	
20:58	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	Palavra do Dia	
21:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
21:22	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	À Volta dos Livros (REP)	
21:54	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	5' de Jazz	
22:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
22:22	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	O amor é... (REP)	
22:30	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	Info Desporto (12')	
22:45	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	A Fé dos Homens	

23:00	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários	Noticiários
-------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Fonte: RTP

Fig.19 - Duração de géneros por período horário na Antena 1 (2019)

Género	Período Horário											
	Manhã 1 (6h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)	Duração	(%)
Noticiário	281:19:00	23,0%	97:26:04	14,7%	269:51:00	15,9%	170:32:00	18%	119:52:00	12,1%	322:03:00	13,8%
Reportagem	23:27:15	1,9%	09:08:38	1,4%	10:54:48	0,6%	08:50:22	0,9%	02:36:11	0,26%	02:33:00	0,11%
Debate/Entrevista	00:50:00	0,07%	67:26:50	10,2%	32:09:48	1,9%	89:09:32	9,4%	03:51:05	0,4%	00:45:39	0,03%
Comentário	33:37:06	2,7%	-	-	17:11:33	1,0%	-	-	8:03:58	0,8%	08:59:06	0,4%
Edição especial	12:35:00	1,03%	17:58:06	2,7%	32:09:48	1,9%	10:29:11	1,1%	07:57:04	0,8%	03:59:22	0,2%
Magazine informativo	-	-	-	-	167:35:00	9,9%	00:03:37	0,01%	-	-	34:03:04	1,5%
Antena aberta	-	-	150:08:25	22,6%	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	60:27:16	4,9%	20:34:28	3,1%	76:15:43	4,5%	42:19:57	4,5%	42:07:39	4,3%	23:00:03	0,99%
Informação de trânsito	54:53:06	4,5%	26:34:27	4,0%	74:46:56	4,4%	52:23:28	5,5%	15:21:02	1,6%	00:06:12	0,004%
Informação bolsista	04:15:30	0,35%	00:01:00	0,0%	10:13:30	0,6%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	34:16:30	2,8%	00:09:00	0,02%	66:22:09	3,9%	64:02:50	6,8%	36:29:58	3,7%	-	-
Transmissão desportiva	-	-	-	-	135:08:09	7,98%	125:15:07	13,2%	303:24:51	30,7%	-	-
Comentário desportivo	00:10:30	0,01%	-	-	28:09:05	1,7%	27:01:08	2,9%	-	-	30:51:15	1,3%
Programa de música	112:55:22	9,2%	45:35:47	6,9%	57:28:41	3,4%	57:53:34	6,1%	38:46:25	3,9%	601:45:16	25,8%
Música de continuidade	300:40:29	24,5%	74:27:55	11,2%	419:41:13	24,8%	185:56:27	19,7%	292:13:31	29,6%	646:14:36	27,7%
Espetáculo	04:05:36	0,33%	00:49:23	0,12%	68:57:59	4,1%	05:31:14	0,6%	14:10:27	1,4%	72:39:53	3,1%
Concurso/jogo	00:00:24	0,001%	00:24:38	0,06%	-	-	00:00:16	0,0005%	-	-	-	-
Humor	30:26:27	2,5%	-	-	16:00:18	0,9%	07:06:55	0,8%	-	-	12:28:35	0,5%

<i>Talk show</i>	-	-	80:12:44	12,1%	00:45:00	0,04%	-	-	-	-	85:10:00	3,7%
Outro (entretenimento)	35:52:12	2,9%	-	-	00:15:30	0,02%	00:03:30	0,01%	0:13:00	0,02%	70:50:23	3,04%
Artes e <i>media</i>	01:28:51	0,1%	13:10:34	1,99%	29:16:15	1,7%	44:36:16	4,7%	-	-	85:45:50	3,7%
Ciências e humanidades	141:19:50	11,5%	52:31:29	7,9%	132:54:53	7,8%	53:56:22	5,7%	39:39:58	4,02%	260:19:43	11,2%
Comemorações e efemérides	00:07:00	0,01%	-	-	00:02:00	0,002%	-	-	-	-	-	-
Educativo	-	-	-	-	35:07:15	2,1%	-	-	04:11:51	0,4%	13:05:31	0,6%
Outro (cultural/conhecimento)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	1:32:24	0,1%	6:18:35	0,95%	10:55:19	0,6%	0:20:00	0,04%	05:22:37	0,54%	18:50:03	0,8%
Religioso	90:48:42	7,4%	-	-	01:10:59	0,1%	-	-	53:08:42	5,4%	36:49:42	1,6%
Total	1225:08:30	100%	662:58:03	100%	1693:52:17	100%	945:31:46	100%	987:30:19	100%	2330:20:13	100%

N= 1225h22m26s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 662h58m03s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1693h52m17s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 945h31m46s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 987h30m19s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2330h20m13s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

Fig.20 - Duração de funções por género na Antena 1 (2019)

Género	Informar		Entreter		Promover/divulgar		Formar	
	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)	hh:mm:ss	(%)
Noticiário	1261:03:04	33%	-	-	-	-	-	-
Reportagem	57:30:14	1,5%	-	-	-	-	-	-
Debate/entrevista	190:12:10	5%	-	-	-	-	4:00:44	2,6%
Comentário	67:51:43	1,8%	-	-	-	-	-	-
Edição especial	85:08:31	2,2%	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	201:41:41	5,3%	-	-	-	-	-	-
Antena aberta	150:08:25	3,9%	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	264:45:06	6,96%	-	-	-	-	-	-
Informação de trânsito	224:05:11	5,9%	-	-	-	-	-	-

Informação bolsista	14:30:00	0,4%	-	-	-	-	-	-
Informação desportiva	201:20:27	5,3%	-	-	-	-	-	-
Transmissão desportiva	-	-	563:48:07	15,2%	-	-	-	-
Comentário desportivo	86:11:58	2,3%	-	-	-	-	-	-
Programa de música	206:43:54	5,4%	707:41:11	19,1%	-	-	-	-
Música de Continuidade	-	-	1919:14:11	51,7%	-	-	-	-
Espetáculo	-	-	166:14:32	4,5%	-	-	-	-
Concurso/jogo	-	-	0:54:44	0,02%	-	-	-	-
Humor	-	-	66:02:15	1,8%	-	-	-	-
Talk show	-	-	166:07:44	4,5%	-	-	-	-
Outro (entretenimento)	-	-	107:14:35	2,9%	-	-	-	-
Artes e media	174:17:46	4,6%	-	-	-	-	-	-
Ciências e humanidades	584:22:14	15,4%	-	-	-	-	96:20:01	63,1%
Comemorações e efemérides	0:02:00	0,001%	0:07:00	0,003%	-	-	-	-
Educativo	-	-	-	-	-	-	52:24:37	34,3%
Outro (cultural/conhecimento)	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	-	-	15:47:14	0,4%	27:31:44	15,6%	-	-
Religioso	32:39:25	0,9%	-	-	149:18:40	84,43%	-	-
Total	3802:33:49	100%	3713:11:33	100%	176:50:24	100%	152:45:22	100%

N= 3802h33m49s (n.º total de horas da função *informar*); N= 3713h11m33s (n.º total de horas da função *entretener*); N= 176h50m24s (n.º total de horas da função *promover/divulgar*); N= 152h45m22s (n.º total de horas da função *formar*)

Fig.21 - Grelha de programação semanal na Antena 2 (início de 2018)



	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo	
00:00	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Raízes Inês Almeida				Fuga da Arte Ricardo Saló		00:00
01:00	Música Contemporânea Pedro Coelho				Música Contemporânea Pedro Coelho Música Hoje Misomusic Portugal	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Refletor Rui Guimarães	01:00
02:00	Olhar a Lua Tomás Anahory	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano				Olhar a Lua Tomás Anahory		02:00
03:00	Madrugada André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	Café Plaza Germano Campos	Café Plaza Germano Campos	Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	Fuga da Arte Ricardo Saló	Madrugada André Pinto Dois ao Quadrado Pedro Coelho	03:00
04:00		A Ronda da Noite Luís Caetano				Caleidoscópio II		05:00
05:00		Coreto Jorge Costa Pinto	Caleidoscópio I	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Memória Alexandra Almeida			
06:00	Notas Finais João Pedro						06:00	
07:00	Império dos Sentidos Paulo Alves Guerra				Sol Maior Pedro Rafael Costa		07:00	
08:00							08:00	
09:00					Café Plaza Germano Campos		Café Plaza Germano Campos	
10:00	Boulevard I André Pinto				Quinta Essência João Almeida	O Ar do Tempo Cabriela Canavilhas	10:00	

11:00	Vale a Pena Ouvir Maria Alexandra Corvela e Reinaldo Francisco					A Propósito da Música Alexandre Delgado	O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	11:00
12:00	Boulevard II André Pinto					Música Aeterna João Chambers	Páginas de Português José Mário Costa	12:00
13:00	Caleidoscópio I	O Véu Diáfano Pedro Amaral	Caleidoscópio II	Geografia dos Sons Luís Tinoco	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos		Coreto Jorge Costa Pinto	13:00
14:00	Vibrato I Pedro Rafael Costa					O Tempo e a Música Rui Vieira Nery	Memória Alexandra Almeida	14:00
15:00	Vale a Pena Ouvir Reinaldo Francisco						Páginas de Português José Mário Costa	O Véu Diáfano Pedro Amaral
16:00	Vibrato II Pedro Rafael Costa					A Força das Coisas Luís Caetano	Música Aeterna João Chambers	16:00
17:00	O Ar do Tempo Cabriela Canavilhas	A Propósito da Música Alexandre Delgado	Ecos da Ribalta João Pereira Bastos	Quinta Essência João Almeida	Coreto Jorge Costa Pinto			17:00
18:00	Baile de Máscaras (+ Concerto Aberto às 19h00) João Pedro (+ Andrea Lupi)						Mezza-voce André Cunha Leal	18:00
19:00								19:00
20:00	Jazz a 2 João Moreira dos Santos, Maria Alexandra Corvela e Luís Caetano						Mezza-voce André Cunha Leal	20:00
21:00	Grande Auditório Reinaldo Francisco e Susana Valente							21:00
22:00								22:00
23:00	A Ronda da Noite Luís Caetano					Argonauta Jorge Carnaxide	Argonauta Jorge Carnaxide	23:00

Programa de autor
Repetição

Fig.22 - Duração de géneros por período horário na Antena 2 (2019)

Género	Período Horário											
	Manhã 1 [06h-09h59]		Manhã 2 [10h-11h59]		Tarde 1 [12h-16h59]		Tarde 2 [17h-19h59]		Noite [20h-22h59]		Noite/madrugada [23h-05h59]	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	00:07:00	0,01%	-	-	74:13:00	4,4%	37:05:30	3,4%	-	-	-	-
Debate/entrevista	-	-	-	-	08:16:17	0,5	-	-	-	-	-	-
Magazine informativo	00:10:00	0,01%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	04:55:00	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reportagem	-	-	-	-	-	-	01:01:15	0,01%	-	-	-	-
Outro (informativo)	00:03:00	0,004%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Programa de música	448:01:59	34,9%	308:00:00	45,4%	578:19:24	34,1%	231:08:14	21,3%	220:07:03	21,9%	1614:53:55	63,5%
Música de continuidade	533:22:44	41,5%	264:54:40	39,1%	517:19:48	30,5%	184:53:02	17,0%	02:06:02	0,2%	355:27:48	14,0%
Espetáculo	-	-	02:58:00	0,4%	22:10:56	1,3%	420:48:11	38,8%	636:34:29	63,2%	05:33:36	0,2%
Outro (entretenimento)	-	-	00:58:30	0,1%	06:38:07	0,4%	07:07:37	0,7%	03:39:28	0,4	05:39:37	0,2%
Artes e media	265:38:27	20,7%	57:41:01	8,5%	298:14:06	17,6%	104:18:26	9,6%	110:44:53	11,0%	560:12:38	22,0%
Comemorações e efemérides	-	-	00:02:56	0,01%	00:12:15	0,01%	00:06:21	0,01%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	05:31:50	0,4%	43:20:16	6,4%	109:46:20	6,5%	66:02:21	6,1%	34:10:37	3,4%	00:58:09	0,04%
Educativo	26:30:49	2,1%	00:05:00	0,01%	76:47:08	4,5%	26:23:58	2,4%	-	-	00:02:46	0,002%
Outro (cultural/conhecimento)	00:03:00	0,004%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Institucional	--	-	-	-	05:08:12	0,3%	06:13:08	0,6%	-	-	-	-
Total	1384:18:53	100,0%	666:16:28	100,0%	1720:04:32	100,0%	944:19:38	100,0%	1116:38:14	100,0%	2716:14:21	100,0%

N= 1384h18m53s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 1); N= 666h16m28s (n.º total de horas de emissão no período Manhã 2); N= 1720h04m32s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 1); N= 944h19m38s (n.º total de horas de emissão no período Tarde 2); N= 1139h37m18s (n.º total de horas de emissão no período Noite); N= 2693h15m17s (n.º total de horas de emissão no período Noite/madrugada)

Fig.23 - Duração das funções por género na programação da Antena 2 (2019)

Género	Informar		Formar		Entreter		Promover/divulgar	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	%	%
Noticiário	111:25:30	3,9%						
Reportagem	01:01:15	0,04%						
Debate/entrevista	08:16:17	0,3%						
Magazine informativo	00:10:00	0,01%						
Boletim meteorológico	04:55:00	0,2%						
Outro (informativo)	00:03:00	0,002%						
Música de continuidade					1858:04:04	36,5%		
Programa de música	1280:13:01	45,1%			2120:17:34	41,7%		
Espetáculo					1088:05:12	21,4%		
Outro (entretenimento)					24:03:19	0,5%		
Artes e media	1218:24:21	42,9%	178:25:10	50,2%				
Ciências e humanidades	212:33:14	7,5%	47:16:19	13,3%				
Educativo			129:49:41	36,5%				
Outro (cultural/conhecimento)	00:03:00	0,002%			12:17:08	0,2%		
Institucional	01:03:20	0,04%					10:18:00	100%
Comemorações e efemérides	00:21:32	0,01%			02:49:00	0,1%		
Total	3019:25:17	100%	296:28:58	100%	5221:26:19	100%	10:31:32	100%

N= 8294h48m49s (n.º total de horas de emissão na Antena 2)



Fig. 11 Grelha de programação da Antena 3 (2019)

Hora Início	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Hora Início
00:00	A3-30 (REP) Fernando Alvim	O Disco Disse M. Lopes / Quim A.	Rimas e Batidas Rui Miguel Abreu	Do You Reggae!? Freddy Locks	Caixa de Ritmos Nuno Reis	Muitos Mundos Isilda Sanches	Física e Química Rui Estêvão	00:00
01:00								01:00
02:00	O Disco Disse (REP) Mário Lopes Quim Albergaria	Alta Tensão António Freitas			Playlist Rui Estêvão	Playlist Isilda Sanchez	Playlist Isilda Sanchez	02:00
03:00		Portugália (REP) Henrique Amaro						03:00
04:00	A3 - 04h/06h André Santos			Caixa Ritmos (REP) Nuno Reis	Música com Pés e Cabeça (REP) Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça (REP) Rui Vargas	04:00	
05:00	Prova Oral (REP) Fernando Alvim						05:00	
06:00	Manhãs da 3 Tiago Ribeiro/Inês Lopes Gonçalves/Hugo Van Der Ding			Playlist Ricardo Sérgio	Playlist Ricardo Sérgio	Playlist Ricardo Sérgio	06:00	
07:00							07:00	
08:00				Razão de Ser António J. / Mariana Oliveira / Bruno Martins	Precisamos de Falar L. Oliveira / A. Markl R.M. Abreu / N. Galopim	Precisamos de Falar L. Oliveira / A. Markl R.M. Abreu / N. Galopim	08:00	
09:00							09:00	
10:00	A3 - 10h/13h Isilda Sanches			Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	Coyote Pedro Costa	10:00	
11:00							11:00	
12:00	A3 - 13h/1h Rui Estêvão			Domínio Público Daniel Belo / Mariana O. Vanessa Augusto	Domingo no Mundo Luís Oliveira	Domingo no Mundo Luís Oliveira	12:00	
13:00							13:00	
14:00				Playlist André Santos	Playlist André Santos	Playlist André Santos	14:00	
15:00							15:00	
16:00	A3 - 16h / 19h Luis Oliveira			A3-30 Fernando Alvim	Playlist Vanessa Augusto	Playlist Vanessa Augusto	16:00	
17:00							17:00	
18:00	Prova Oral Fernando Alvim			Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	Matéria Prima Joaquim Paulo	18:00	
19:00							19:00	
20:00	A3 - 20h / 22h Pedro Costa			Bons Rapazes Miguel Quintão / Álvaro C.	MQ3 Miguel Quintão	Páginas Amarelas Álvaro C. / N, Galopim	20:00	

21:00				Especiais /Concertos A3	21:00
22:00	Portugália Henrique Amaro	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	Música com Pés e Cabeça Rui Vargas	A Profecia do Duque Ricardo Saló	22:00
23:00	Indiegente Nuno Calado			Pingue Pongue Tomas Cunha Ferreira Matilde Campilho	23:00

Fonte: RTP

Fig. 15 Duração de géneros por período horário na Antena 3 (2019)

Género	Manhã 1 (06h-09h59)		Manhã 2 (10h-11h59)		Tarde 1 (12h-16h59)		Tarde 2 (17h-19h59)		Noite (20h-22h59)		Noite/madrugada (23h-05h59)	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	37:21:00	2,7%	12:18:00	1,6%	12:27:00	0,7%	37:12:00	3,3%	-	-	0:03:00	0,002%
Debate/entrevista	-	-	49:29:37	6,6%	1:57:42	0,1%	-	-	-	-	-	-
Comentário	8:04:00	0,6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Boletim meteorológico	25:53:00	1,9%	-	-	8:34:00	0,5%	16:56:00	1,5%	-	-	0:01:00	0,001%
Informação de trânsito	39:06:00	2,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	0:01:30	0,001%
Informação desportiva	20:15:34	1,5%	-	-	-	-	-	-	-	-	0:05:00	0,003%
Programa de música	121:12:23	8,8%	30:28:38	4,1%	187:42:28	10,5%	273:45:52	24,2%	567:40:43	51,4%	1570:04:45	62,7%
Música de continuidade	768:55:39	55,6%	565:17:58	75,8%	1340:20:07	74,8%	527:57:11	46,6%	358:20:17	32,5%	828:03:29	33,1%
Espetáculo	-	-	-	-	11:00:22	0,6%	16:04:16	1,4%	55:02:23	5,0%	22:03:51	0,9%
Concurso/jogo	0:04:13	0,01%	0:00:53	0,002%	-	-	0:00:23	0,001%	-	-	-	-
Jogo interativo	1:58:00	0,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humor	78:43:08	5,7%	13:58:36	1,9%	23:11:46	1,3%	7:39:11	0,7%	16:51:31	1,5%	0:05:00	0,003%
Infotainment	-	-	-	-	1:32:00	0,1%	-	-	-	-	-	-
Talk show	238:54:58	17,3%	-	-	-	-	233:22:18	20,6%	96:27:00	8,7%	83:16:04	3,3%
Outro (entretenimento)	38:40:12	2,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Artes e media	-	-	74:28:15	10,0%	189:34:18	10,6%	16:50:00	1,5%	1:48:37	0,2%	-	-
Ciências e humanidades	4:16:12	0,3%	-	-	14:54:34	0,8%	2:16:49	0,2%	7:41:03	0,7%	-	-

Educativo	-	-	-	-	0:48:46	0,05%	-	-	-	-
Total	1383:24:19	100,0%	746:01:57	100,0%	1792:03:03	100,0%	1132:04:00	100,0%	1103:51:34	100,0%

N= 8661:08:32 (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

Fig. 16 Duração dos géneros por função na programação da Antena 3 (2019)

Género	Informar		Formar		Entreter	
	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%	hh:mm:ss	%
Noticiário	99:21:00	14,5%	-	-	-	-
Debate/entrevista	51:27:19	7,5%	-	-	-	-
Comentário	8:04:00	1,2%	-	-	-	-
Boletim meteorológico	51:24:00	7,5%	-	-	-	-
Informação de trânsito	39:07:30	5,7%	-	-	-	-
Informação desportiva	20:20:34	3,0%	-	-	-	-
Programa de música	101:30:43	14,9%	-	-	2649:24:06	33,2%
Música de continuidade	-	-	-	-	4388:54:41	55,0%
Espetáculo	-	-	-	-	104:10:52	1,3%
Concurso/jogo	-	-	-	-	0:05:29	0,0%
Jogo interativo	-	-	-	-	1:58:00	0,0%
Humor	-	-	-	-	140:29:12	1,8%
Infotainment	-	-	-	-	1:32:00	0,0%
Talk show	-	-	-	-	652:00:20	8,2%
Outro (entretenimento)	-	-	-	-	38:40:12	0,5%
Artes e <i>media</i>	282:41:10	41,4%	-	-	-	-
Ciências e humanidades	4,3%	4,3%	-	-	-	-
Educativo	-	-	00:48:46	100,0%	-	-
Total	683:04:54	100%	00:48:46	100%	568:06:06	100%

N= 8661:08:32 (n.º total de horas de emissão na Antena 3)

TÍTULOS HABILITADORES PARA O EXERCÍCIO DE RADIODIFUSÃO SONORA

1. VISÃO GLOBAL

Em 2019, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), no âmbito das suas atribuições e no exercício das suas competências, procedeu à revogação da licença de emissão de um operador.

Foram autorizados quatro pedidos de modificação de projeto, todos com alteração da tipologia, designadamente de temático musical para temático informativo, o que representa um aumento face a 2018, ano em que se autorizaram apenas dois pedidos de modificação de projeto.

Relativamente à alteração de domínio dos operadores, foram autorizados seis pedidos de alteração do controlo do capital social, mais dois do que em 2018. Foram igualmente aprovados dois pedidos de cessão de serviços de programas e respetiva licença do operador radiofónico, não se registando, nesta matéria, variações face ao ano anterior.

Em matéria de utilização de dados no sistema RDS, a ERC emitiu 20 pareceres prévios, mais oito do que em 2018, dos quais foi dado conhecimento ao ICP-ANACOM, entidade que detém a competência de concessão das respetivas autorizações.

A ERC aprovou, ainda, 28 pedidos de registo para rádios com transmissão exclusiva através da internet, dos quais quatro foram submetidos ainda em 2018 e os restantes em 2019. É de realçar o aumento significativo do número de pedidos de registo de webrádios face a 2018 (17 pedidos), o que confirma a tendência de crescimento deste tipo de rádios em Portugal.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

A regulação e a supervisão do setor da rádio representam uma parte considerável da atividade da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), a qual dispõe de amplas competências para intervir nos momentos cruciais da vida das entidades que se dedicam à radiodifusão sonora.

Entre as referidas competências, destacam-se os poderes de concessão, renovação e revogação dos títulos habilitadores do exercício da atividade de rádio, de autorização da modificação dos projetos aprovados e da sua tipologia, bem como de se pronunciar sobre aquisições de propriedade ou práticas de concertação dos seus regulados e, bem assim, de fiscalizar o cumprimento das leis, regulamentos e requisitos técnicos a estes aplicáveis.

A intervenção da ERC neste âmbito é principalmente delimitada pela Lei da Rádio (LR)¹, a qual estabelece o quadro normativo que regula o acesso à atividade radiofónica e as condições para o seu exercício no território nacional.

¹ Cf. Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro

Neste domínio, importa, ainda, referir o Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, que, alterando o Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, atribuiu à ERC a competência para a emissão de pareceres vinculativos, nos casos em que a operação do sistema RDS envolva a transmissão de mensagens através da utilização de radio-texto e nos casos de atribuição do nome do canal de programa, ao abrigo do disposto nos n.ºs 3 a 5 do artigo 3.º e n.ºs. 2, 5 e 6 do artigo 4.º do referido diploma.

3. ATRIBUIÇÃO, RENOVAÇÃO, ALTERAÇÃO OU REVOGAÇÃO DAS LICENÇAS DE RADIODIFUSÃO SONORA

No âmbito de competências da ERC, assume particular relevo o poder de decisão sobre a atribuição e revogação dos títulos habilitadores para o exercício da atividade de rádio, conforme resulta do artigo 23.º da LR.

O acesso à atividade está sujeito a licenciamento, mediante concurso público, aberto por portaria conjunta dos membros do Governo responsáveis pelas áreas da comunicação social e das comunicações². Tais licenças são, atualmente, concedidas pelo prazo de quinze anos, renováveis por igual período, mediante requerimento dos interessados, a apresentar até seis meses antes do termo da validade do título³.

Nos termos do disposto no n.º 3 do artigo 86.º da LR, aos títulos habilitadores, atribuídos ou renovados depois de 1 de janeiro de 2008, é aplicável o *supra* referido prazo de duração das licenças (15 anos), procedendo a ERC, a título oficioso, aos averbamentos necessários, e aplicando-se, quanto aos demais títulos, o prazo que já tenha sido determinado por ato legislativo, ou o legalmente vigente à data da respetiva atribuição ou renovação.

Assume, ainda, especial relevância, pela gravidade da conduta que lhe está subjacente, a possibilidade de revogação das licenças ou autorizações concedidas, nos termos previstos no artigo 73.º da LR.

No ano em referência, a ERC procedeu à revogação de uma licença para o exercício da atividade de radiodifusão sonora (cf. Figura 1).

Fig. 1 – Revogação da licença do operador

DELIBERAÇÃO	OPERADOR/SERV.PROGRAMAS	SERVIÇO DE PROGRAMAS
Deliberação ERC/2019/146 (AUT-R), de 2 de maio	Jornal de Esposende – Sociedade Editora, Lda.	Esposende Rádio

4. MODIFICAÇÃO DO PROJETO LICENCIADO OU AUTORIZADO

A observância das condições e dos termos do serviço de programas licenciado ou autorizado constitui uma obrigação dos operadores de rádio, nos termos do n.º 1 do artigo 26.º LR.

² Cf. Artigo 19.º, n.º 1, da Lei da Rádio

³ Cf. Artigo 27.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Rádio

Conforme resulta do artigo 24.º, n.º 3, alíneas a) e e) dos Estatutos da ERC⁴, conjugado com o n.º 2 do mencionado artigo 26.º da LR, os pedidos de alteração de projeto, quer os que compreendam uma alteração ao conteúdo da programação que corresponda a uma reclassificação da tipologia do próprio serviço⁵, quer os pedidos que, pese embora não impliquem uma alteração de tipologia, de alguma forma vão mais além de uma mera alteração ao abrigo da liberdade de programação, estão sujeitos à apreciação e autorização prévia da ERC.

Em 2019, a ERC analisou e aprovou quatro pedidos de modificação do projeto de serviços de programas de rádio (cf. Figura2).

Fig. 2 – Modificação do projeto dos serviços de programas

DELIBERAÇÃO	OPERADOR	SERVIÇO DE PROGRAMAS		TIPOLOGIA		CONCELHO
		ANTERIOR	ATUAL	ANTERIOR	ATUAL	
ERC/2019/110 (AUT-R), de 10 de abril	Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.	Rádio 5FM	Estádio 89.0	Temático musical	Temático de informação desportiva	Maia
ERC/2019/125 (AUT-R), de 8 de maio	Sobral FM - Sociedade de Comunicação Unipessoal, Lda.	Hit Radio 100% Hits	CAPSAO	Temático musical dance, hip-hop	Temático musical música latina	Sobral de Monte Agraço
ERC/2019/150 (AUT-R), de 28 de maio	Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Rádio Baía	Rádio Observador	Generalista	Temático informativo	Seixal
ERC/2019/268 (AUT-R), de 25 de setembro	RFA – Rádio Foz do Ave, Lda.	Rádio XL	Observador 98.4	Temático musical	Temático informativo	Maia

5. ALTERAÇÃO DE DOMÍNIO DOS OPERADORES

A ERC é competente para a apreciação de pedidos de alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença, efetuados ao abrigo do n.º 6, *in fine*, do artigo 4.º da LR, conjugado com o disposto na alínea p) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC.

A alteração de domínio dos operadores que prosseguem a atividade de rádio mediante licença é admissível desde que decorridos três anos sobre a atribuição original da licença, dois anos após a modificação do projeto aprovado, ou um ano após a sua última renovação, estando, em qualquer dos casos, sujeita a aprovação prévia da ERC, a qual decide «após verificação e ponderação das condições iniciais determinantes para a atribuição do título e dos interesses do auditório potencial dos serviços de programas fornecidos, garantindo a salvaguarda das condições que habilitaram a decidir sobre o projeto original ou sobre as alterações subsequentes»⁶.

⁴ Aprovados em anexo à Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro

⁵ Ao abrigo do n.º 4 do art.º 8.º da Lei da Rádio

⁶ Cf. Artigo 4.º, n.ºs 6 e 7, da Lei da Rádio.

De acordo com o disposto no ponto i) da alínea b) do artigo 2.º LR, considera-se existir domínio, designadamente, quando uma pessoa singular ou coletiva detém uma participação maioritária no capital social ou a maioria dos direitos de voto.

Em 2019, a ERC autorizou seis alterações de controlo do capital social de operadores de rádio, tendo, ainda, procedido à revogação de uma autorização de alteração de controlo anteriormente decidida (cf. Figuras 3 e 4).

Fig. 3 – Alteração de domínio dos operadores

DELIBERAÇÃO	OPERADOR
ERC/2019/11 (AUT-R), de 30 de janeiro	Media On - Comunicação Social, Lda.
ERC/2019/67 (AUT-R), de 27 de fevereiro	Cooperativa do Ramo de Cultura denominada Ecos do Norte, CRL
ERC/2019/125 (AUT-R), de 8 de maio	Sobral FM - Sociedade de Comunicação Unipessoal, Lda.
ERC/2019/150 (AUT-R), de 28 de maio	Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda.
ERC/2019/214 (AUT-R), de 14 de agosto	Águia Azul – Cooperativa de Rádio e Jornalismo, CRL
ERC/2019/331 (AUT-R), de 27 de novembro	Radibeli - Produções Radiofónicas, Lda.

Fig. 4 – Revogação de deliberação

DELIBERAÇÃO	OPERADOR
ERC/2019/201 (AUT-R), de 24 de julho, que revoga a Deliberação ERC/2017/93 (AUT-R), de 18 de abril	R.A – Produções Radiofónicas, Lda.

Em 2019, foram instaurados três procedimentos contraordenacionais por incumprimento das disposições previstas no n.º 6 do art.º 4.º da LR, que se encontram em fase de instrução.

6. CESSÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS E RESPETIVAS LICENÇAS

De acordo com o n.º 9 do art.º 4 da LR, «(é) permitida, nos termos previstos para a alteração de domínio dos operadores, a cessão de serviços de programas de âmbito local das respetivas licenças ou autorizações, quando comprovadamente útil para a salvaguarda do projeto licenciado (...)».

É, ainda, requisito prévio da cessão que «(...) seja transmitida a universalidade dos bens, dos direitos e obrigações, incluindo os de natureza laboral, exclusivamente afetos aos serviços de programas em causa».

A cessão de serviços de programas de âmbito local e respetivas licenças depende de aprovação prévia da ERC⁷, sendo que esta só pode ocorrer se estiverem preenchidos os requisitos temporais impostos pelo artigo 4.º, n.º 6, *ex vi*, n.º 9, da LR.

Os pedidos de cessão são submetidos ao ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações para decisão quanto à transmissão dos respetivos direitos de utilização de frequência, em conformidade com os n.ºs 7 e 8, do artigo 22.º da LR.

A cessão fica sujeita ao regime estabelecido no artigo 4.º, n.ºs 3, 4, 5 e 6 e segunda parte do n.º 7 (concorrência e não concentração), bem como ao artigo 22.º, n.º 8, da LR.

Em 2019, foram autorizadas duas cessões de serviços de programas e respetivas licenças dos operadores radiofónicos (cf. Figura 5).

Fig. 5 – Cessão de serviços de programas

DELIBERAÇÃO	ANTERIOR TITULAR	ATUAL TITULAR	SERVIÇO. DE PROGRAMAS	CONCELHO
ERC/2019/37 (AUT-R), de 6 de fevereiro	Radioeste - Cooperativa de Radiodifusão Local, CRL	Narrativas e Ficções, Unipessoal, Lda.	Radioeste	Torres Vedras
ERC/2019/127 (AUT-R), de 14 de junho	Popquestion, Unipessoal, Lda.	Popquestion II Comunicação, Lda.	Azeméis FM Rádio	Oliveira de Azeméis

Ainda no que se refere aos pontos 4. a 6. *supra*, foram objeto de indeferimento três pedidos de autorização prévia, um de alteração de domínio e emissão em associação (cf. Deliberação ERC/2019/301 (AUT-R), de 6 de novembro), outro de cessão da licença (cf. Deliberação ERC/2019/181(AUT-R), de 26 de junho) e outro de cessão da licença e nova grelha de programação, por via da decisão proposta na informação 1097/US/FA/2019/INF, adotada a 11 de dezembro.

7. SISTEMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS EM RADIODIFUSÃO (RDS) PELOS OPERADORES DE RÁDIO

Conforme resulta do disposto nas alíneas c) do n.º 2 e a) do n.º 3 do artigo 24.º dos Estatutos da ERC, conjugados com o n.º 5 do artigo 3.º e com o n.º 6 do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 272/98, de 2 de setembro, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 248/2015, de 28 de outubro, o Conselho Regulador da ERC dispõe de competências específicas em matéria de transmissão de mensagens através da utilização de rádiotexto (RT) e atribuição do nome do canal de programa (PS) requerido pelos operadores radiofónicos.

Em 2019, ao abrigo das referidas competências, a ERC emitiu 20 pareceres relativos à atribuição e/ou alteração do nome de canal de programas (PS) e mensagens de

⁷ Cf. Artigo 4.º, n.º 10, da Lei da Rádio, conjugado com o disposto alínea c) do n.º 3 do art.º 24.º dos Estatutos da ERC.

rádiotexto (RT), dos quais foi dado conhecimento ao ICP-ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações.

Fig. 6 – Parecer vinculativo para operação no sistema RDS

DELIBERAÇÃO (PARECER-R)	OPERADOR DE RÁDIO	SERVIÇO DE PROGRAMAS	AUTORIZAÇÃO REQUERIDA
ERC/2019/50, de 13 de fevereiro	Rádio Clube da Lourinhã, CRL	Rádio Clube da Lourinhã	Utilização de RT
ERC/2019/52, de 13 de fevereiro	Ero-Empresa de Radiodifusão do Este, Lda.	91 FM Rádio	Alteração do PS para 91 FM RAD e utilização de RT
ERC/2019/68, de 7 de março	Antena Miróbriga - Cooperativa de Serviços, Lda.	Rádio M24	Alteração do PS para RADIOM24 e utilização de RT
ERC/2019/100, de 29 de março	Centro de Cultura Famalicense	Rádio Cidade Hoje	Utilização de RT
ERC/2019/129, de 15 de maio	Sintonizenos - Comunicação Social, Lda.	Estádio 89.0	Alteração do PS para ESTADIO e utilização de RT
ERC/2019/130, de 15 de maio	Baobad-Comunicações e Publicações, S.A.	Estádio 96.2	Alteração do PS para ESTADIO e utilização de RT
ERC/2019/131, de 15 de maio	Ero-Empresa de Radiodifusão do Este, Lda.	91 FM Rádio	Alteração do PS para 91 FM
ERC/2019/152, de 5 de junho	93.8 On FM, Cooperativa de Responsabilidade, Lda.	93.8 On FM	Alteração do PS para ON FM e utilização de RT
ERC/2019/155, de 12 de junho	Sobral FM - Sociedade de Comunicação Unipessoal, Lda.	CAPSAO	Alteração do PS para CAPSAO e utilização de RT
ERC/2019/160, de 26 de junho	Rádio Baía - Sociedade de Radiodifusão, Lda.	Observador	Alteração do PS para OBSERVADOR e utilização de RT
ERC/2019/161, de 26 de junho	Rádio -Voz de Setúbal, Lda.	Rádio Amália de Setúbal	Utilização de RT
ERC/2019/163, de 26 de junho	Rádio Nova Loures, Lda.	Rádio Amália FM	Utilização de RT
ERC/2019/164, de 26 de junho	Rádio Festival do Norte, S.A.	Rádio Festival	Utilização de RT
ERC/2019/165, de 26 de junho	Rádio Nova Era - Sociedade de Comunicação, S.A.	Rádio Nova Era (Paredes)	Utilização de RT
ERC/2019/166, de 26 de junho	Rádio Nova Era - Sociedade de	Rádio Nova Era (Vila Nova e Gaia)	Utilização de RT

DELIBERAÇÃO (PARECER-R)	OPERADOR DE RÁDIO	SERVIÇO DE PROGRAMAS	AUTORIZAÇÃO REQUERIDA
	Comunicação, S.A.		
ERC/2019/167, de 26 de junho	Marginaudio - Atividades Radiofónicas, Lda.	Rádio Marginal	Utilização de RT
ERC/2019/212, de 14 de agosto	Águia Azul - Cooperativa de Rádio e Jornalismo, CRL	Rádio Sintonia Feirense	Alteração do PS para SINTONIA e utilização de RT
ERC/2019/307, de 13 de novembro	RFA-Rádio Foz do Ave, Lda.	Observador 98.4	Alteração do PS para OBSERVADOR e utilização de RT
ERC/2019/330, de 11 de dezembro	Antena Vareira - Cooperativa Cultural e Recreativa, CRL	Rádio Antena Vareira	Utilização de RT
ERC/2019/343, de 11 de dezembro	Inforádio - Comunicação Social, S.A.	Informédia Rádio	Alteração do PS para IN4MEDIA

8. RÁDIOS A TRANSMITIR EXCLUSIVAMENTE ATRAVÉS DA INTERNET

A atividade de rádio que consista na difusão de serviços de programas através da internet não carece de habilitação prévia, não estando, por isso, sujeita ao processo de licenciamento ou autorização previsto na LR. Esta atividade está, todavia, sujeita a registo, para o qual a ERC é exclusivamente competente (cf. artigos 17.º, n.º 3, 24.º e 84.º da LR).

O procedimento de registo é bastante simplificado, bastando para o efeito que o interessado preencha um formulário eletrónico no sítio da ERC, juntando cópia do estatuto editorial, onde conste a orientação e os objetivos do serviço de programas, assim como a grelha de programação e respetivas sinopses.

Após comprovação, junto do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), da admissibilidade do nome do serviço de programas (na classe correspondente), a ERC procede ao registo solicitado. No decurso de 2019, foram aprovados 28 pedidos de registo para rádios a transmitir exclusivamente através da internet (cf. Figura 7).

Fig. 7 – Exercício da atividade de rádio exclusivamente pela internet (ordem cronológica)

SERVIÇOS DE PROGRAMAS	N.º DE REGISTO
Rádio Cordial ^{a)}	700105
Webrádio Douro Nacional – Lamego ^{a)}	700106
NitFM ^{a)}	700107
Rádio Antena Tejo ^{a)}	700108
Super FM	700109
Web Rádio Ribatejo	700110
Rádio FM Viriato	700111
Rádio Tropelias & Companhia	700112

SERVIÇOS DE PROGRAMAS	N.º DE REGISTO
RFM On The Rock	700113
RFM Oceano Pacífico	700114
RFM Dance Floor	700115
80's RFM (Oitenta's)	700116
Som da Baixa de Setúbal	700117
Rádio Comercial Dance	700118
Rádio Comercial Made in Portugal	700119
Rádio Comercial One Hit Wonders	700120
Rádio Comercial Rádio Rock	700121
Rádio Comercial Soft	700122
Rádio Quântica	700123
Rádio AltoSom	700124
Smooth Soul	700125
Cidade HipHop	700126
Smooth Bossa Nova	700127
Smooth Blues	700128
Rádio Santiago Canal 2	700129
Rádio Metropolitana do Porto	700130
My Paraíso	700131
Smooth Vocal Jazz	700132

a) Pedidos submetidos à ERC em 2018.

FISCALIZAÇÃO DAS RÁDIOS LOCAIS EM 2019

1. VISÃO GLOBAL

Em 2019, foram efetuadas 28 (vinte e oito) ações de fiscalização aos serviços de programas dos operadores de radiodifusão local para verificação das obrigações legais, de acordo com o plano aprovado pelo Concelho Regulador, constatando-se que, na generalidade, as rádios fiscalizadas estão a cumprir os requisitos exigidos pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, Lei da Rádio, doravante LR.

Estas ações envolveram 28 (vinte e oito) serviços de programas, localizados em 16 (dezasseis) distritos de Portugal.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

No exercício das funções atribuídas à ERC, foram desenvolvidas, em 2019, ações de fiscalização junto dos serviços de programas dos operadores do setor de radiodifusão sonora, no âmbito do artigo 24.º, n.º 3.º alínea i), conjugado com o artigo 45.º dos Estatutos desta Entidade Reguladora, Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, tendo por base a verificação do cumprimento das obrigações legais aplicáveis na Lei da Rádio, Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro.

3. METODOLOGIA

As referidas ações de fiscalização foram desencadeadas segundo três critérios:

- A partir de participação formulada contra os operadores ou contra os serviços de programas;
- Ações requeridas pelos técnicos da ERC, no âmbito de processos em curso;
- Ações de verificação no local para a avaliação dos projetos de radiodifusão sonora autorizados.

4. AÇÕES DE FISCALIZAÇÃO

Em 2019, foram realizadas 28 (vinte e oito) ações de fiscalização externas, três tiveram origem na sequência de participações formuladas contra o operador, duas resultaram de solicitações feitas pelos técnicos da ERC, e as restantes 23 (vinte e três) resultaram de amostra aleatória de verificação no local do projeto de radiodifusão sonora, devidamente autorizado por esta Entidade. As referidas ações de fiscalização foram inseridas no plano de 2019, aprovadas pelo Conselho Regulador, como consta das Figuras 1, 2 e 3:

Fig.1 - Ações de fiscalização a partir de participação formulada contra operadores ou serviços de programas

Operador	Serviço de programas	Concelho- Distrito
Ecos da Raia	Ecos da Raia	Monção - Viana do Castelo
Rádio Jornal de Setúbal - Sociedade de Comunicações Lda.	Rádio Jornal de Setúbal	Setúbal - Setúbal
Rádio Nova Contrasta - Comunicação Lda.	Rádio Vale Minho	Valença- Viana do Castelo

Fig.2 – Ações requeridas pelos Técnicos da ERC, no âmbito de processos em curso

Operador	Serviço de programas	Concelho - Distrito
GEICE – Grupo de Estudos e Investigação das Ciências Experimentais	Rádio GEICE	Viana do Castelo – Viana do Castelo
Rádio Alto Minho - Sociedade de Informação Regional, Lda.	Rádio Alto Minho	Viana do Castelo – Viana do Castelo

Fig.3- Ações de fiscalização para avaliação dos projetos de radiodifusão sonora autorizados

Operador	Serviço de programas	Concelho/ Distrito
Associação Académica da Universidade do Minho	Rádio Universidade do Minho	Braga - Braga
Associação Cultural e Recreativa Rádio Contestável	Rádio Contestável	Sertã - Castelo Branco
Associação Cultural e Recreativa de Caria	Radio Caria	Belmonte - Castelo Branco
Antena Minho - Emissora Regional de Braga, Lda.	Antena Minho	Braga -Braga
Cooperativa de Rádio Emissora Santo António de Vagos, CRL	Rádio Vagos FM	Vagos - Aveiro
Cooperativa Rádio Vouzela, CRL	Rádio Vouzela	Vouzela - Viseu
ERO - Empresa de Radiodifusão do Oeste, Lda.	Rádio Litoral Oeste	Óbvios - Leiria
Fundação Frei Pedro	Rádio F	Guarda - Guarda
Horizontes Planos - Informação e comunicação, Lda.	Antena Sul	Almodôvar - Beja
Monsantorádio – Rádio Clube de Monsanto Unipessoal, Lda.	Rádio Clube de Monsanto	Idanha-a-Nova - Castelo Branco
Novos Mares - Radiodifusão, Lda.	Terra Nova	Ílhavo - Aveiro
Palavras Originais - Unipessoal, Lda.	Rádio Campo Maior	Campo Maior - Portalegre
Radialidade, Sociedade de Comunicação da Guarda, Lda.	Rádio Altitude	Guarda - Guarda
Rádio Clube de Arganil CRL – Cooperativa de Rádio CRL	Rádio Clube de Arganil	Arganil - Coimbra
Rádio Clube de Penafiel - Cooperativa Radiofónica, CRL	Rádio Clube Penafiel	Penafiel - Porto
Rádio Gilão Tavira, CRL	Rádio Gilão	Tavira - Faro
Rádio Pax - Cooperativa de Serviços, CRL	Rádio Pax	Beja - Beja
Rádio Sem Fronteiras- Sociedade de Radiodifusão, S.A.	Rádio Positiva	Lisboa - Lisboa
Rádio Soberania - Empresa de Radiodifusão, Lda.	Rádio Soberania	Águeda - Aveiro
RD Rádio Despertar – Voz de Estremoz, CRL	RD Rádio Despertar	Estremoz - Évora

R.V.E. – Sociedade Radiofónica, Unipessoal, Lda.	Rádio Juventude Salesiana	Alijo - Vila Real
Tavirádio - Cooperativa de Radiodifusão, CRL	Rádio Horizonte	Tavira - Faro
Voz da Planície - Cooperativa Cultural de Animação Radiofónica, CRL	Rádio Voz da Planície	Beja -Beja

As ações de fiscalização recaíram sobre 28 (vinte e oito) serviços de programas em 16 (dezasseis) distritos de Portugal Continental, a saber: Aveiro, três, Beja, três, Braga, duas, Castelo Branco, três, Coimbra, uma, Évora, uma, Faro, duas, Guarda, duas, Leiria, uma, Lisboa, uma, Portalegre, uma, Porto, uma, Setúbal, uma, Viana do Castelo, quatro, Vila Real, uma, e Viseu, uma.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

Da análise de 2019, conclui-se que os serviços de programas, inscritos no “Portal das Rádios” com envio regular mensal de dados, cumprem ou superam as quotas de música portuguesa previstas na Lei da Rádio.

No entanto, a inscrição no referido portal, disponibilizado pela ERC desde 2007, continua a ser voluntária, não havendo base legal para que se torne uma obrigação para todos os operadores/serviços de programas.

Em 2019, não se registaram novas adesões, mantendo-se os mesmos 217 serviços inscritos no ano anterior, apesar das várias ações de sensibilização que a ERC tem vindo a desenvolver junto dos regulados do setor, sendo que, de entre estes, só aproximadamente 136 serviços, considerando as coberturas de âmbito nacional, regional e local, fizeram os seus envios mensais regularmente durante o último ano.

Além dos serviços locais ativos no portal, monitorizaram-se mensalmente as quotas do serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e dos cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM).

No que atende aos serviços de cobertura local, foi apurada a média mensal das difusões musicais de 130 de serviços de programas não isentos do cumprimento de quotas, que prestaram informação por via do portal, sendo esta a amostra constituída para análise no presente relatório.

Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7 e as 20 horas.

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 União Europeia, 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 7 às 20 horas.

Da subquota de 60 % também o operador regional sul cumpriu e superou a percentagem mínima determinada, registando valores na ordem dos 80 %, nos dois períodos horários estabelecidos na lei.

Os serviços de programas nacionais privados, RFM e Rádio Comercial, corrigidas algumas flutuações, cumprem ou ultrapassam a quota de 25 % de música portuguesa, tanto nas 24 horas de emissão como no período das 7 às 20 horas. Os valores da RR, em alguns meses do primeiro semestre, não corresponderam à música efetivamente difundida,

atendendo a constrangimentos técnicos de atualização do *software*, o que veio a ser solucionado logo no segundo semestre do ano.

Também na subquota de 60 %, a RR e a Rádio Comercial ultrapassaram, nas suas emissões, a quota estipulada, nos dois períodos da emissão referenciados na lei, tendo a RR apresentado a maior percentagem de música em língua portuguesa. No primeiro semestre do ano, a RFM registou valores inferiores à música que foi efetivamente difundida, pelos constrangimentos já referidos, evidenciando logo no segundo semestre a predominância da língua portuguesa nas suas emissões, em percentagens superiores a 70 % e 80 %.

Da quota de 35 % de música recente, quanto aos serviços de programas nacionais, a RFM e a Rádio Comercial apresentaram percentagens bastante superiores ao mínimo definido, tendo, no entanto, a RFM atingido as quotas mais elevadas. A RR ficou aquém da quota estabelecida, atentas as condicionantes da sua programação musical e público-alvo específicos, bem como da elevada percentagem de música portuguesa que difunde e que condiciona o cálculo desta subquota.

Encontram-se isentos do cumprimento das quotas de música 32 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*.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

No presente capítulo, reporta-se o apuramento das quotas dos serviços de programas de radiodifusão sonora de cobertura de âmbito nacional, regional e local, quanto à difusão de música portuguesa, em 2019.

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 %.

A quota referida deverá ser preenchida, no mínimo, com 60 % de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia.

Para além 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 na sua página, conforme previsto no n.º 3 do artigo 44.º da Lei da Rádio, de acordo com as comunicações que lhe chegam das editoras e entidades representativas do setor, que tem contado com a colaboração regular da SPA - Sociedade Portuguesa de Autores, AFP - Associação Fonográfica Portuguesa e da Warner Music, a lista das produções musicais recentes, com identificação do ano de edição e de disponibilização pública da obra.

No que respeita ao serviço de programas com um âmbito de cobertura regional, dirigido à zona sul do país, designado M80, dadas as características do seu projeto programático,

centrado na divulgação de temas musicais dos anos 70, 80 e 90, ao abrigo do previsto no n.º 2 do artigo 44.º da Lei da Rádio, encontra-se isento do cumprimento desta quota.

No que atende aos serviços de programas locais, e dadas as limitações técnicas e insuficiência de relatórios consensuais reportados à ERC, os valores de quota recente são meramente indicativos, não estando sujeitos a avaliação.

O presente capítulo remete ainda para a avaliação comparativa do quinquénio 2015-2019, no que respeita a apuramentos médios semestrais e anuais.

3. CRITÉRIOS E METODOLOGIA

De acordo com o regime legal em vigor, as quotas de música têm como suporte de cálculo as difusões musicais mensais por número de composições reportadas por serviço de programas no mês antecedente.

Estes dados chegam ao Regulador por via do “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento implementado pela ERC.

Foi validada em 2019 a média observada de 130 rádios, quanto a serviços de programas locais que atualmente se encontram ativos na referida plataforma de envio de dados à ERC. Para além de serviços de programas locais no referido portal, encontram-se igualmente ativos um serviço de âmbito regional de cobertura sul (M80) e cinco serviços de âmbito nacional (Antena 1, Antena 3, do operador de serviço público, e Rádio Comercial, Rádio Renascença e RFM, pertencentes a operadores privados).

Os elementos introduzidos pelos operadores/serviços de programas, no “Portal das Rádios” e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta cinco vertentes previstas na lei:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS LOCAIS

4.1. APURAMENTO AUTOMÁTICO

Conforme disposto na alínea d) do n.º 1 do artigo 7.º da Lei da Rádio, entende-se por serviço de programas com cobertura de âmbito local o serviço de programas cujo nível de cobertura de sinal abrange um município e eventuais áreas limítrofes.

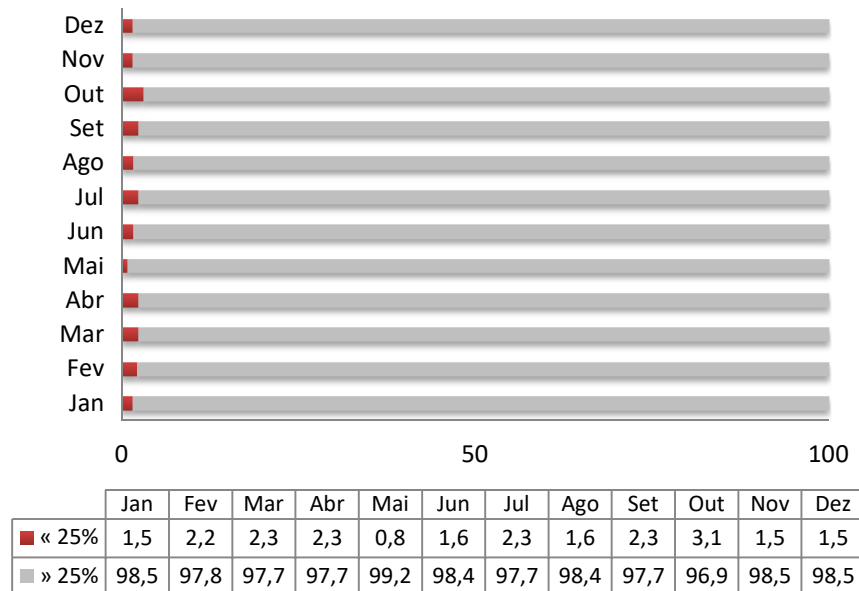
A presente análise reflete uma avaliação das cinco vertentes previstas na Lei da Rádio, já referidas neste relatório. Obedecendo-se à sequência aí definida, esta primeira apreciação incidirá sobre os operadores locais que incluem a amostra, *i.e.* aqueles que se encontram inscritos no portal de apuramento automático de quotas de música e que enviaram dados, durante 2019, para apurar a percentagem de cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão.

No que atende à primeira vertente da análise, os resultados obtidos constam nas figuras seguintes:

Fig. 1 - Média semestral - quota de 25%, no período de 24 horas de emissão

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 25%	98,2	98,0
< 25%	1,8	2,0

Fig. 2 - Cumprimento mensal da quota de 25%, nas 24 horas de emissão



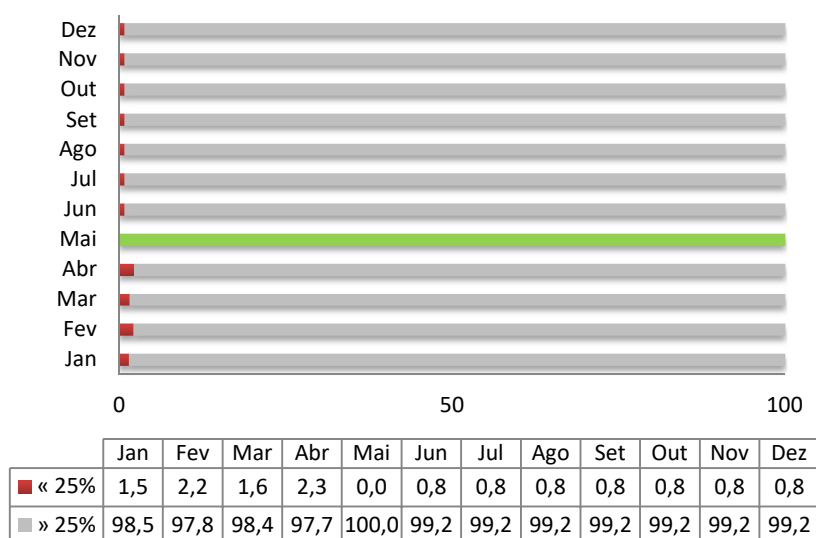
Os dados apurados permitem concluir que, em 2019, o índice de cumprimento da quota de música portuguesa se mantém elevado, mais de 90 % dos operadores que submeteram os dados pelo portal das rádios cumpriram a quota mínima mensal de 25 %, nas 24 horas de emissão, verificando-se, no primeiro semestre, o cumprimento por parte de 98,2 % dos operadores e no segundo de 98,0 %.

A segunda vertente de análise reporta ao índice de cumprimento da quota de música por arte dos serviços de programas de rádio, com uma quota superior ou inferior a 25 % de música portuguesa no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20h, de acordo com o previsto no artigo 41.º, n.º 1, conjugado com o art.º 47.º, n.º 2, ambos da Lei da Rádio.

Fig. 3 - Média semestral - quota de 25%, entre as 7h e as 20 horas

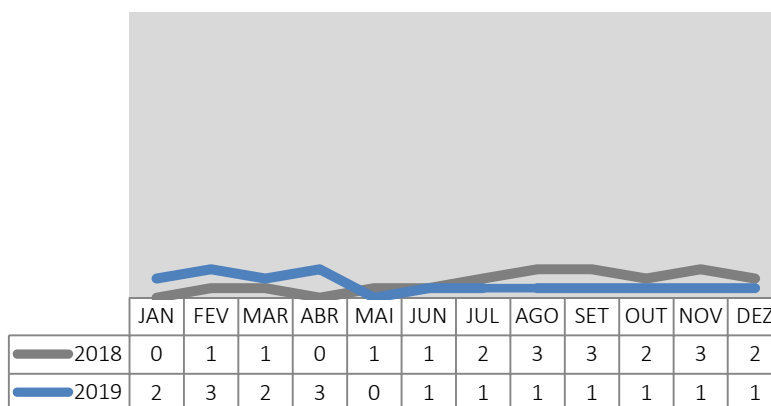
Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 25%	98,6	99,2
< 25%	1,4	0,8

Fig. 4 – Cumprimento mensal da quota de 25% entre as 7h e as 20 horas



No que se refere ao período compreendido entre as 7h e as 20 horas, os serviços de programas da amostra registaram, ao longo do ano, uma percentagem superior a 90 % de difusão de música portuguesa, com valores no primeiro e segundo semestres que se traduzem numa média de cumprimento de 98,6 % e 99,2 %. A totalidade dos operadores da amostra cumpriu a quota estabelecida, no mês de maio.

Fig. 5 - Incumprimentos registados no período entre as 7h e as 20h - 2018-2019



Diminuíram as situações de desvio do cumprimento da quota mínima de 25 %, atenta a análise do período diário de maior audiência, definido entre as 7h e as 20 horas. Comparando as situações irregulares detetadas em 2018, que somaram 19, diminuíram, em 2019, para 17, o que demonstra o esforço dos operadores para cumprirem as quotas estabelecidas, bem como uma maior dinamização do mercado musical com uma maior oferta de produções nacionais.

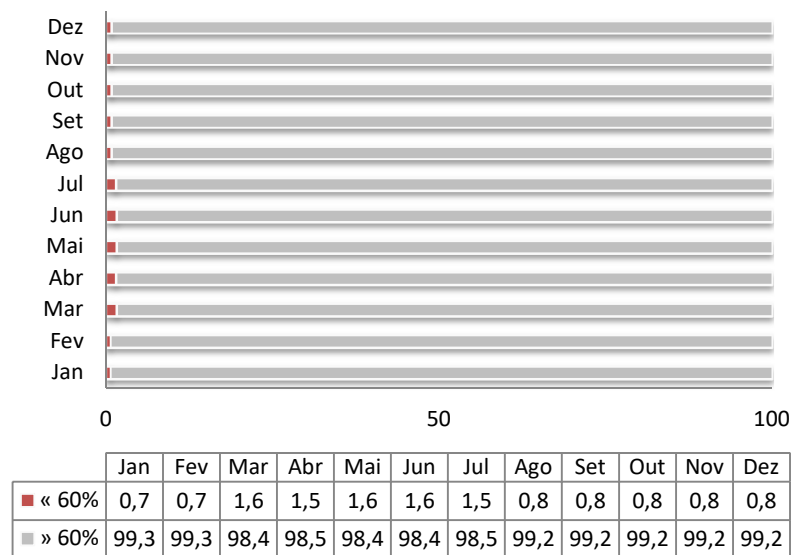
A terceira vertente de análise atende à previsão do artigo 43.º conjugado com o artigo 47.º, n.º 2, da Lei da Rádio, nos termos dos quais se procedeu ao apuramento da percentagem de serviços de programas ativos no sistema, que emitem uma quota superior ou inferior a 60 % de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20 horas.

Esta percentagem é apurada da quota definida no artigo 41.º, n.º 1, que impõe a quota de emissão de música portuguesa a que os operadores estão obrigados na sua programação musical.

Fig. 6 – Média semestral - quota de 60%, entre as 7h e as 20 horas

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 60%	98,7	99,1
< 60%	1,3	0,9

Fig. 7 - Percentagem mensal dos operadores da quota 60%, entre as 7h e as 20 horas



No que respeita ao número de serviços que cumpriram a quota de difusões musicais em língua portuguesa, no que reporta ao período de maior audiência, foi notório em todos os meses do ano, mantendo-se o cumprimento e superação da quota expeável por 98,7 % e 99,1 % dos operadores, no primeiro e segundo semestres de 2019.

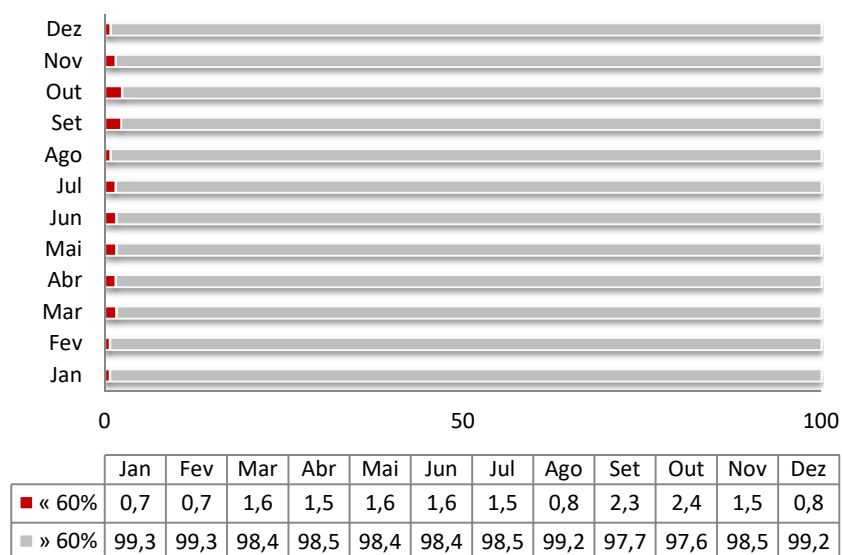
Em sete meses do ano, respetivamente, janeiro e fevereiro, e de agosto a dezembro, mais de 99 % dos operadores locais da amostra alcançaram ou superaram a quota mínima estabelecida, no período das 24 horas de emissão

A última vertente de análise reporta-se ao artigo 43.º da Lei da Rádio de difusão de música em língua portuguesa composta ou interpretada por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, mas, por sua vez, abrangendo as 24 horas de emissão, com os seguintes apuramentos:

Fig. 8 - Média semestral - quota de 60% no período das 24 horas de emissão

Quota	média 1.º semestre %	média 2.º semestre %
> 60%	98,7	98,5
< 60%	1,3	1,5

Fig. 9 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 60%, nas 24 horas de emissão



No que respeita aos temas em língua portuguesa difundidos nas 24 horas de emissão, registaram-se índices de cumprimento elevado, aferindo-se uma média de cumprimento por parte de mais de 98 % dos operadores, nos dois semestres de 2019, de 98,7 %, 98,5 %.

Nos meses de janeiro, fevereiro, agosto e dezembro, mais de 99 % dos operadores locais da amostra alcançaram ou superaram a quota mínima estabelecida, no período das 24 horas de emissão.

Manteve-se o acompanhamento dos serviços de programas no sentido de corrigirem os desvios face aos valores previstos na lei e de os sensibilizar para a necessária regularidade de envio dos dados com a periodicidade mínima mensal.

Fig. 10 - Percentagem mensal dos operadores da quota de 35%, nas 24 horas de emissão

JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
53,3	53,4	54,7	49,6	47,7	53,1	55,9	53,4	58,5	62,6	59,1	55,5
52,0						57,5					
1º SEMESTRE						2º SEMESTRE					

No que reflete 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, no primeiro semestre do ano, um índice de cumprimento de 52,0 % e, no segundo, 57,5 %, respeitante a quotas iguais ou superiores a 35 % de música recente.

Saliente-se, quanto à música recente, os seguintes condicionalismos: por um lado, a produção nacional recente, embora tenha tido um acréscimo significativo nos últimos anos, não é abrangente, nem sempre acompanha a 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 conteúdos não automaticamente contabilizáveis pelos sistemas operativos dos serviços de programas, como o CD ou eventos em direto, salvo se o operador assegurar a sua inserção, não são contabilizados pela aplicação.

5. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS REGIONAIS

5.1 OPERADOR REGIONAL SUL – M80 RÁDIO

O operador regional com cobertura sobre a região norte do país, de teor temático informativo – TSF, atendendo à especificidade da sua programação, nunca se associou ao portal de música portuguesa.

A Rádio Regional de Lisboa, S.A., com cobertura sobre a região sul do país, de teor temático musical, a emitir o serviço de programas M80 Rádio, está inscrita no portal das rádios, pelo que foi possível, ao longo do ano, acompanhar o comportamento deste operador em matéria de difusão de música portuguesa.

Apresentamos assim, a percentagem de difusão de música portuguesa emitida pelo serviço de programas M80 Rádio, aferida de acordo com as vertentes de análise consideradas neste relatório.

Fig.11 - Quota de 25% de difusão de música portuguesa

M80 RÁDIO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
24 horas	26,8	27,2	28,0	27,7	23,5	28,8	27,6	27,5	27,4	26,5	27,7	27,3
Das 7 às 20 horas	27,1	27,5	28,3	27,4	23,5	29,5	27,3	27,2	27,0	25,9	27,7	26,7

A M80 contabiliza, tanto nas 24 horas de emissão como no período entre as 7h e as 20 horas, percentagens que correspondem ou ultrapassam a quota mínima estabelecida de 25 %, com especial incidência no mês de junho, com quotas de 28,8 % e 29,5 %.

Fig.12 - Quota de 60 % de 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	83,1	82,5	81,4	81,6	94,5	79,8	80,9	81,2	81,1	80,2	80,5	79,7
Das 7 às 20 horas	84,1	81,9	82,2	82,5	94,9	80,6	81,4	82,3	82,1	80,4	82,8	81,1

No que respeita à subquota de 60 % de temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, quer no período total da difusão musical, quer no período compreendido entre as 7h e as 20 horas, os valores apurados na M80 são bastante satisfatórios ao longo de todo o ano, destacando-se o mês de maio, com as quotas de 94,5 % no total da emissão e de 94,9 %, no período diário de maior audiência.

Tendo em conta o modelo programático deste 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.

6. QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA – RÁDIOS NACIONAIS

6.1 RFM, RR E RÁDIO COMERCIAL

Continuando a análise, desta vez incidindo sobre rádios privadas nacionais, cuja difusão deverá abranger a generalidade do território nacional, apresentam-se os apuramentos dos serviços de programas RFM, RR e Rádio Comercial.

Os serviços de programas nacionais da RTP, concessionária do serviço público, Antena 1 e Antena 3, são objeto de análise independente deste relatório.

O apuramento efetuado para os operadores nacionais na divulgação da música portuguesa segue os critérios legais supra descritos aplicáveis a todos os operadores, independentemente do âmbito geográfico a que se destinam. Assim sendo, a análise apresentada, tendo por base os elementos rececionados por via automática, respeita às vertentes de difusão das quotas de 25 %, 35 % e 60 %, no período das 24 horas e no período das 7h às 20h, tendo presente o descritivo dos pontos A, B, C, D e E, já mencionados no início do ponto 2 deste relatório.

Fig. 13 - Percentagem de música portuguesa nas 24 horas de emissão

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	28,3	27,6	27,4	30,6	30,5	31,5	28,8	29,6	29,6	30,5	30,7	26,6
RR	26,7	26,4	26,0	24,7	20,3	16,5	27,2	28,0	29,7	29,8	30,3	29,5
R. COMERCIAL	24,9	25,5	25,7	25,7	26,2	25,3	24,9	25,1	25,9	26,5	27,0	29,1

- Os desvios observados na RR, em abril, maio e junho, resultaram de questões técnicas.

No que atende à primeira quota prevista na lei, que prevê a emissão de 25 % de música portuguesa nas 24 horas de emissão, os valores observados evidenciam que a RFM e a Rádio Comercial, esta com oscilações não significativas, cumpriram ou superaram, em quase todos os meses do ano, a quota mínima prevista na lei, mais visível, em junho, 31,5 %, e dezembro, 29,1 %, nos dois serviços. A RR revelou, em abril, maio e junho, flutuações nos números apurados, justificados por adaptações de *software* não coadunáveis com a programação musical que foi efetivamente difundida. Não obstante, a solicitação da ERC,

não foi possível ao operador recuperar os dados do histórico e proceder à retificação das listas musicais reportadas. É de salientar, e conforme demonstram as quotas dos restantes meses, que é notório, no mês de novembro, com uma quota de 30,3 %, que as percentagens habituais deste operador superam regularmente a quota mínima.

Fig. 14 - Percentagem de música portuguesa entre as 7h e as 20 horas

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	27,3	26,6	26,3	30,0	29,8	31,1	27,2	28,8	28,5	30,2	30,3	26,1
RR	26,0	27,5	26,8	26,1	21,2	17,1	27,5	27,5	30,0	29,9	30,7	30,2
R. COMERCIAL	24,5	24,9	25,5	25,5	26,2	25,0	24,4	25,2	26,0	26,4	27,0	29,5

- Os desvios observados na RR, em maio e junho, resultaram de questões técnicas.

No que se refere ao período de emissão de maior audiência, a RFM e a Rádio Comercial cumpriram ou ultrapassaram em quase todos os meses do ano a quota prevista de 25 %, respetivamente, em novembro, com 30,3 %, e em dezembro, com 29,5 %. Como já foi referido, a RR apresenta algumas inconformidades, não obstante os valores vieram a normalizar a partir de julho, e apresenta, em novembro, o valor mais alto registado dos três serviços de programas, 30,7 %.

Fig. 15 - Percentagem de música composta ou interpretada em língua portuguesa, entre as 7h e as 20 horas

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	45,2	46,4	40,6	38,9	32,5	33,7	83,5	84,7	82,0	75,6	73,0	77,1
RR	86,9	88,9	86,9	88,4	84,4	80,4	91,9	90,1	92,4	93,7	94,2	91,3
R. COMERCIAL	74,8	70,4	72,5	74,3	75,7	73,0	74,8	78,5	76,1	75,1	72,7	78,1

- Os desvios observados na RFM, de janeiro a junho, resultaram de questões técnicas.

Analisado o período de maior audiência respeitante a difusões musicais em língua portuguesa compostas ou interpretadas por cidadãos da União Europeia, constata-se que a RR supera, em novembro, com 94,2 % os valores registados no ano; a Rádio Comercial revela o seu máximo, em agosto, 78,5 %. Já a RFM apresenta, no primeiro semestre do ano, desvios da quota mínima, que veio a corrigir, no semestre seguinte, ultrapassadas as limitações técnicas, com o máximo, em agosto, de 84,7 %.

Fig. 16 - Percentagem de música composta ou interpretada em língua portuguesa, nas 24 horas de emissão

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	49,0	48,5	43,3	40,2	36,2	35,2	82,6	84,0	82,7	79,7	76,9	79,1
RR	88,5	88,5	86,7	87,0	84,3	81,3	92,0	91,6	92,6	93,4	93,4	92,3
R. COMERCIAL	72,4	72,0	71,3	70,8	73,9	73,4	73,8	77,8	75,5	73,6	73,8	77,9

- Os desvios observados na RFM, de janeiro a junho, resultaram de questões técnicas.

Os valores apurados para as 24 horas de emissão são amplamente cumpridos, tal como se observou no período das 7h às 20 horas, com quotas de difusão de música em língua portuguesa bastante evidentes, destacando-se a RFM, em agosto, 84,0 %, a RR, em outubro e novembro, 93,4 %, e a Rádio Comercial, em dezembro, 77,9 %.

Fig. 17 - Percentagem de música recente, nas 24 horas de emissão

OPERADOR	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
RFM	56,1	57,8	59,3	62,0	67,1	67,5	60,2	52,7	56,3	60,8	65,5	64,9
RR	0,0	18,4	22,5	16,9	2,9	0,0	17,4	24,2	15,4	15,7	11,2	15,7
R. COMERCIAL	48,3	45,2	58,4	62,4	63,6	46,3	45,1	59,1	58,0	52,2	51,4	55,3

De seguida, apresenta-se a análise da quota de música recente, definida em 35 %, apurada sobre o total de música portuguesa difundida (art.º 41.º, n.º 1).

Os serviços de programas RFM e Rádio Comercial registaram, ao longo de todos os meses do ano, valores substanciais de difusão de música recente, com maior incidência, em junho, 67,5 % e, maio, 63,6 %, respetivamente.

Já a RR apresenta sempre neste apuramento valores significativamente inferiores ao mínimo previsto, atentas as condicionantes da sua programação musical, público-alvo específico e projeto editorial seguido. Salienta-se que esta variação decorre das elevadas percentagens contabilizadas para a quota de música portuguesa que interferem nos valores que, por sua vez, são apurados nas subquotas dependentes.

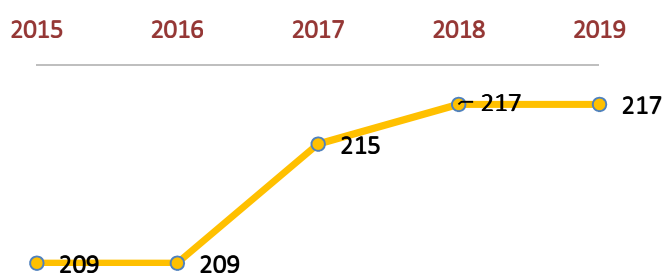
Atento o público-alvo mais jovem a que se destinam, a RFM e a Rádio Comercial beneficiam de maior oferta musical que se traduz em quotas elevadas de música recente.

7. APURAMENTO SEMESTRAL E COMPARAÇÃO NO QUINQUÉNIO

7.1. PORTAL DAS RÁDIOS – SERVIÇOS RADIOFÓNICOS INSCRITOS

O número de serviços inscritos no “Portal das Rádios” de quotas de música não sofreu alterações, em 2019, mantendo o mesmo número que no ano anterior, 217.

Fig. 18 – Número de serviços inscritos no portal das rádios 2015-2019



Apesar das várias ações de sensibilização desenvolvidas pela ERC junto dos regulados do setor, não se verificaram novas adesões.

7.2. OPERADORES LOCAIS

No que atende aos apuramentos semestrais dos operadores locais, nos últimos cinco anos, no que respeita a 2019, assinala-se o seguinte:

Fig. 19 - Percentagem média por semestre da quota de 25%, nas 24 horas de emissão

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.
2015	98,5	94,9	1,5	5,1
2016	98,9	96,3	1,1	3,7
2017	98,1	99,4	1,9	0,7
2018	99,8	96,3	0,3	3,7
2019	98,2 ↓	98,0 ↑	1,8 ↑	2,0 ↓

Fig. 20 - Percentagem média por semestre da quota de 25%, entre as 7h e as 20 horas

Ano	> 25%		< 25%	
	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.
2015	98,6	92,0	2,7	3,2
2016	98,5	94,2	1,5	5,8
2017	97,7	99,0	2,3	1,0
2018	99,5	98,0	0,5	2,0
2019	98,6 ↓	99,2 ↑	1,4 ↑	0,8 ↓

Em 2019, a média semestral dos operadores locais que asseguram o cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão do primeiro semestre, foi inferior face ao ano transato em 1,6p.p. Já no segundo semestre, regista-se uma subida de 1,7p.p, somando ambas médias elevadas, 98,2 % e 99,2 %.

Da mesma forma, no período das 7h às 20 horas, o primeiro semestre de 2019 indica uma média inferior destas difusões face ao ano anterior, em 0,9p.p, registando 98,6 %. Ao contrário, o segundo semestre regista um acréscimo de 1,2p.p., face a 2018, numa média de cumprimento de 99,2 %, a mais alta dos cinco anos.

Fig.21 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa no período entre as 7h e as 20 horas

Ano	> 60%		< 60%	
	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.
2015	97,3	96,8	2,7	3,2
2016	98,4	98,8	1,6	1,2
2017	99,5	99,3	0,5	0,8
2018	98,3	98,7	1,7	1,3
2019	98,7 ↑	99,1 ↑	1,3 ↓	0,9 ↓

Fig. 22 - Percentagem média por semestre da quota de difusão de música em língua portuguesa, nas 24 horas de emissão

> 60%	<60%
-------	------

Ano	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.
2015	97,2	96,8	2,8	3,2
2016	98,2	98,4	1,8	1,6
2017	99,4	99,4	0,7	0,6
2018	98,6	98,5	1,4	1,6
2019	98,7	↑ 98,5	= 1,3	↓ 1,5 ↓

No que respeita à difusão de música em língua portuguesa, no horário de maior audiência, as médias apuradas, nos dois semestres de 2019, são superiores face ano anterior, mantendo-se bastante elevadas, 98,7 % e 99,1 %, com diferenciais de 0,4p.p.

No que respeita às médias apuradas nas 24 horas de emissão, da mesma forma mostram-se ainda bastante elevadas em 2019, 98,7 % e 98,5 %, com diferenciais positivos de 0,1p.p, no primeiro semestre, mantendo-se inalteradas no segundo.

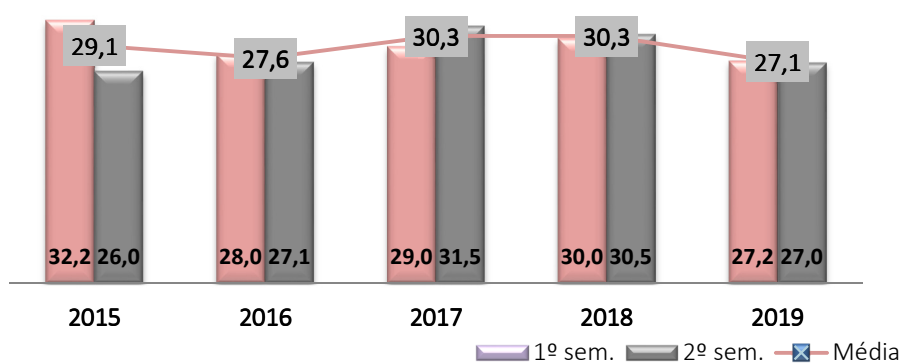
7.3. OPERADOR REGIONAL

Reporta-se de seguida a evolução semestral do operador com a cobertura regional da zona sul do país, que difunde o serviço de programas temático musical M80.

Fig. 23 - Apuramento da percentagem média por semestre M80 Rádio (2015-2019)

Ano	MÚSICA PORTUGUESA				MÚSICA EM LÍNGUA PORTUGUESA			
	24 horas		7h - 20 horas		24 horas		7h - 20 horas	
	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.	1.º sem.	2.º sem.
2015	33,5	28,8	32,2	26,0	86,4	86,1	85,7	87,4
2016	27,0	26,4	28,0	27,1	82,9	82,2	84,1	82,2
2017	27,0	28,9	29,0	31,5	81,8	82,0	81,9	82,7
2018	28,0	28,6	30,0	30,5	82,4	82,2	83,1	82,7
2019	27,0 ↓	27,3 ↓	27,2 ↓	27,0 ↓	83,8 ↑	80,6 ↓	84,4 ↑	81,7 ↓

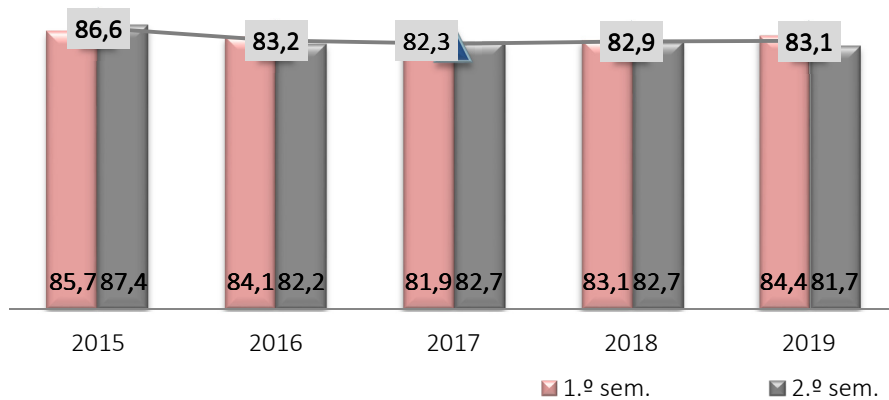
Fig. 24 - Percentagem média por semestre da quota de 25% entre as 7h e as 20 horas



Em 2019, no que respeita a médias semestrais, nas 24 horas de emissão e no período de maior audiência, o serviço de programas M80 Rádio regista uma variação negativa, nos dois semestres, em comparação com o ano anterior, respetivamente 1,0p.p. e 1,3p.p, 2,8p.p e 3,5p.p, ainda assim com médias na ordem dos 27,0 % por semestre.

A média anual de 2019 revela idêntico apuramento no período de maior audiência, 27,1 %, num decréscimo de 3,2p.p, em comparação com o ano anterior.

Fig. 25 - Percentagem média por semestre da quota de 60% entre as 7h e as 20 horas



Também no que se refere à quota prevista no artigo 43.º da Lei da Rádio, de difusão de música em língua portuguesa, e quanto à quota de 60 %, os valores observados por semestre, em 2019, são bastante elevados, destacando-se o primeiro semestre, nos dois períodos horários, 1,4p.p e 1,3p.p, apuradas as médias semestrais de 83,8 %, e 84,4 %. Já o segundo semestre reflete ligeiras descidas nas duas faixas horários 1,6p.p e 1,0p.p, ainda assim com médias semestrais substanciais, 80,6 % e 81,7 %.

7.4. OPERADORES NACIONAIS

Reportam-se de seguida as tendências das médias anuais das quotas dos serviços de programas de âmbito nacional, relativas aos últimos cinco anos (2015-2019) bem como análise do último biénio.

Fig. 26 - Percentagem média anual de música portuguesa nas 24 horas de emissão 2015-2019

ANO	RFM	RR	RÁDIO COMERCIAL
2015	27,1	32,0	26,0
2016	27,3	30,9	25,9
2017	26,3	25,5	25,8
2018	27,0	25,3	27,3
2019	29,3 ↑	26,3 ↑	26,0 ↓

Analisando os valores apurados em 2019, resulta que a RFM, no que respeita à difusão de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, apresenta um valor mais elevado face ao ano anterior, com um diferencial positivo de 2,3p.p e média anual de difusão de 29,3 % de música portuguesa, nas 24 horas de emissão, a mais alta dos cinco anos.

Face a 2018, também a RR subiu ligeiramente este ano, 1,0p.p, o que resultou numa média de 26,3 %.

A Rádio Comercial apresentou um diferencial negativo de 1,3p.p, com uma média anual de 26,0 %, ainda assim superior a 25 %.

Fig. 27 - Percentagem média anual de música portuguesa no período entre as 7h e as 20 horas 2015-2019

ANO	RFM	RR	RÁDIO COMERCIAL
2015	25,3	30,0	25,4
2016	25,9	29,0	26,7
2017	25,0	26,1	25,5
2018	26,5	26,3	27,3
2019	28,5 ↑	26,7 ↑	25,8 ↓

Percorrendo o período das 7h às 20 horas, em 2019, as percentagens anuais de difusão de música portuguesa foram superiores ao ano anterior para a RFM (o mais alto dos últimos cinco anos) em 2,0p.p, com 28,5 %, e para a RR, 0,4p.p, com 26,7 % de média anual.

Para a Rádio Comercial, a média anual apurada foi inferior a 2018, em 1,5p.p, com uma média apurada para este ano de 25,8 %.

Fig. 28 - Percentagem média anual de música em língua portuguesa entre as 7h e as 20 horas 2015-2019

ANO	RFM	RR	RÁDIO COMERCIAL
2015	82,3	78,8	75,0
2016	65,7	80,6	81,2
2017	79,6	60,8	80,6
2018	73,4	83,2	75,6
2019	59,4 ↓	89,1 ↑	74,7 ↓

Importa ainda o apuramento anual das difusões musicais em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, em 2019, desta forma, reportando apenas as difusões musicais no período de emissão de maior audiência, entre as 7h e as 20 horas.

A RFM registou um decréscimo de 14,0p.p, na média apurada face a 2018, resultando a média anual de 59,4 %. Tal discrepância resultou dos constrangimentos técnicos já referidos.

A RR assegura novamente, no último ano, a média mais alta dos três serviços nacionais, 89,1 %, numa subida de 5,9p.p, face ao ano anterior.

Já a Rádio Comercial diminuiu face a 2018, 0,9p.p na média anual apurada, mantendo-se ainda assim bastante elevada, 74,7 %.

8. 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.

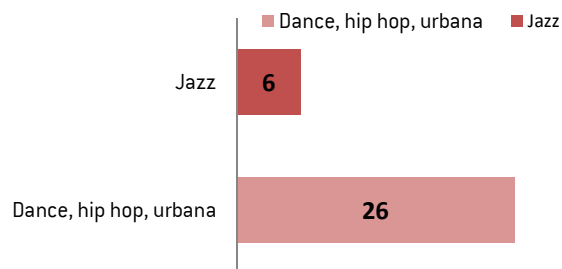
O Regulamento n.º 495/2008 da ERC, aprovado, em 28 de agosto, estabelece, no seu artigo 2.º, que apenas os serviços classificados como temáticos musicais e de acordo com o projeto licenciado podem requerer a isenção das quotas previstas na lei.

Tendo a ERC presente que o regulamento em vigor se encontra bastante desfasado da atual oferta do mercado musical, e mantendo-se inalterado desde 2008, iniciou a elaboração de um estudo em parceria académica para definição de géneros musicais, que contará ainda com a colaboração de associações representativas dos setores envolvidos em matéria do consumo de música portuguesa no mercado discográfico nacional, das entidades ligadas aos direitos de autor e dos operadores de rádio.

Já em 2019, foi elaborado o Relatório de consulta pública referente ao Projeto de Regulamento de alteração do Regulamento n.º 495/2008, de 5 de setembro, relativo à “Quotas de música portuguesa – Regime de exceção”, pela Deliberação ERC/2019/142 (OUT-R), de 15 de maio.

Por enquanto, vigora a aplicação das normas existentes, sendo os géneros musicais considerados insuficientemente produzidos em língua portuguesa, o *hip-hop/rap/urbana*, infantil, *jazz/blues*, *dance* e música clássica, de acordo com os dados recolhidos junto da AFP – Associação Fonográfica Portuguesa.

Fig. 29 – N.º de serviços isentos por género musical



Ao abrigo do regime de exceção, 32 serviços de programas temáticos musicais mantêm a isenção do cumprimento de quotas, sendo que seis contemplam uma programação musical centrada no *jazz* e 26, predominantemente nos géneros *dance music*, *hip-hop*, *urbana* e *jazz*.

QUOTAS DE MÚSICA PORTUGUESA - SERVIÇO PÚBLICO

1. VISÃO GLOBAL

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 7h e as 20h, sempre acima de 70 %.

No que respeita à emissão de música composta ou interpretada em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, a quota mensal rondou ou superou os 90 %, ultrapassando em muito aquela que está estabelecida, e registou a média anual de 90,4 %.

No que atende à difusão de uma quota mínima de 35 % de música recente, os valores apurados foram bastante superiores à mesma, sempre próximos ou superando 50 %.

A Antena 3, quanto à difusão de música portuguesa, registou, ao longo de 2019, valores mensalmente superiores a 50 %, quer nas 24 horas de emissão, quer no período entre as 7h e as 20h.

Em matéria de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos da União Europeia, a Antena 3 apresentou alguns desvios face à quota mínima exatável. Demonstra o comparativo do último biénio, quanto a apuramentos semestrais, uma tendência positiva, no período de maior audiência, de cumprimento da quota de 60 %.

No que atende à quota de música recente, a Antena 3 registou valores em muito superiores aos previstos na lei, com percentagens acima dos 70 % ou 80 %, mantendo-se notória a posição do serviço de programas na divulgação de nova música portuguesa.

2. NOTAS INTRODUTÓRIAS

O presente relatório apresenta uma análise do comportamento dos serviços de programas radiofónicos Antena 1 e Antena 3, da concessionária do serviço público de radiodifusão sonora, quanto à difusão de música portuguesa.

O serviço de programas Antena 2 não é objeto de avaliação, atendendo a que é um serviço temático orientado para a música clássica, género abrangido pelo regime de isenção de cumprimento de quotas de música.

Esta 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, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), passou a incluir a obrigação de difundir a quota mínima de 50 % (nos termos da quota prevista no n.º1 do art.º 41.º) no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem. A fiscalização, nos termos da Cláusula 31.ª, n.º 1, é da responsabilidade do Estado, através dos membros responsáveis pelas áreas das Finanças e da Comunicação Social.

Assim, nos termos da Lei da Rádio, para a Antena 3, incumbe à ERC (cf. artigos 41.º n.º 1, 43.º, 44.º, n.º 1, e 47.º da Lei da Rádio) a fiscalização do cumprimento da quota de 25 % de música portuguesa, de 60 % de música em língua portuguesa e 35 % de música recente, percentagens estas apuradas nas 24 horas de emissão e ainda no período compreendido entre as 7h e as 20 horas.

O presente relatório compara ainda apuramentos médios semestrais dos serviços de programas Antena 1 e Antena 3, respeitantes ao quinquénio 2015-2019.

3. METODOLOGIA

Para apuramento das quotas, as informações aqui expostas resultam da validação feita pela ERC dos dados rececionados no “Portal das Rádios”, sistema automático de apuramento implementado pela ERC.

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 introduzidos pelo operador concessionário do serviço público, no “Portal das Rádios” e rececionados pela ERC por esta via automática, têm em conta as seguintes vertentes previstas na lei:

3.1. PRIMEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 1:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 60 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);

E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

3.2. TERCEIRO SERVIÇO DE PROGRAMAS DA CONCESSIONÁRIA DE SERVIÇO PÚBLICO – ANTENA 3:

- A) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, nas 24 horas de emissão;
- B) Quota de música portuguesa igual ou superior a 25 %, no período diário compreendido entre as 7h e as 20h;
- C) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, emitida no período diário compreendido entre as 7h e as 20h (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em B) supra);
- D) Quota de 60 % de música portuguesa composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nas 24 horas de emissão (subquota de 60 % apurada, tendo por base a quota referida em A) supra);
- E) Quota de música portuguesa recente igual ou superior a 35 % de temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

4. ANTENA 1

4.1. CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 60 % DE MÚSICA PORTUGUESA

O artigo 42.º da Lei da Rádio estabelece a quota mínima de emissão de música portuguesa do primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público de radiodifusão sonora, determinando que não deve ser inferior a 60 % da totalidade da música nele difundido.

A obrigação de emissão de 60 % de música portuguesa é apurada, ainda, com referência ao período entre as 7h e as 20h, nos termos do artigo 42.º conjugado com o n.º 2 do artigo 47.º da Lei da Rádio.

Fig. 1 - Difusão de música portuguesa (valores em %)

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	mai	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	76,1	76,0	74,4	74,8	75,2	73,9	74,2	73,5	74,4	75,5	75,8	72,0
7h00m às 20h00m	74,1	74,1	71,8	72,8	72,5	72,3	71,9	72,3	72,4	72,7	73,4	70,1

Pela leitura dos valores da Figura 1, na qual se apresentam os dados referentes a 2019, constata-se que a quota apurada é substancial, quer no período das 24 horas, quer no período de emissão compreendido entre as 7h e as 20 horas, sempre acima de 70 % em todos os meses do ano.

Destacam-se os meses de janeiro e fevereiro, com 76,1 % e 76,0 %, no período total da emissão e, 74,1 %, no período de maior audiência definido na lei.

A Antena 1 mantém consistência nos valores elevados de difusão de música portuguesa nos dois períodos horários referidos na lei, cumprindo e superando as exigências delineadas para o primeiro serviço de programas da concessionária de serviço público.

Fig.2 - Evolução comparativa 2015-2019 (valores em %)

Ano	24 Horas		Das 7H às 20H	
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre
2015	97,0	94,4	96,8	94,6
2016	89,7	87,1	89,8	86,8
2017	85,6	81,1	85,2	80,7
2018	76,9	76,0	76,0	74,5
2019	75,1	74,2	72,9	72,1

Os valores apurados para os dois semestres de 2019 denotam uma diminuição nas percentagens calculadas para a Antena 1, relativamente a 2018, não obstante permanecerem bastante elevadas. Esta tendência tem vindo a registar-se, nestes cinco anos, desde 2015, quando foram avaliadas quotas mais altas de música portuguesa, superiores a 90 %.

Desta forma, nos dois períodos da emissão, mantém-se a predominância da música portuguesa, que se traduz em valores bastante superiores à quota mínima definida na lei para o primeiro serviço do operador de serviço público.

4.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

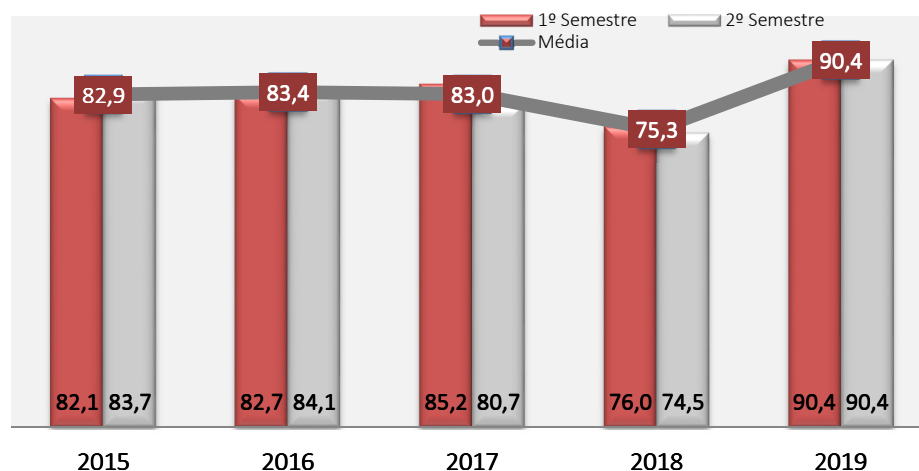
Outra das obrigações consagradas na Lei da Rádio impõe que 60 % da música portuguesa emitida seja composta ou interpretada em língua portuguesa por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia, nos termos do artigo 43.º da Lei da Rádio.

Fig.3 - Difusão de música composta por cidadãos da UE (valores em %)

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	mai	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	90,8	90,8	90,3	90,9	90,5	90,7	90,1	90,7	90,4	90,2	89,1	91,6
7h00m às 20h00m	90,2	90,7	90,4	90,4	90,8	90,1	90,0	90,5	90,4	90,1	89,4	92,2

A Antena 1 apresenta, ao longo do ano, percentagens de difusão de música composta ou interpretada em língua portuguesa próximas ou superiores a 90,0 %, registando dezembro os valores mais elevados, de 91,6 % nas 24 horas de emissão e de 92,2 %, no período das 7h às 20 horas.

Fig. 4 - Evolução comparativa 2015-2019 no período 7h - 20h (valores em %)



Atenta a análise para o período de maior audiência, nas médias anuais e semestrais apuradas, verifica-se no primeiro semestre de 2019, uma subida de 14,4p.p face a 2018 nos mesmos seis meses, e da mesma forma no segundo semestre, uma subida de 15,9p.p, apurada uma média anual de 90,4 % de música em língua portuguesa.

4.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

A Lei da Rádio estabelece ainda que 35 % das composições portuguesas difundidas sejam temas cuja primeira edição fonográfica ou comunicação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses, conforme resulta do artigo 44.º da Lei da Rádio.

Fig.5 – Música Recente (valores em %)

Ano	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2015	37,0	38,1	37,4	39,7	45,2	46,9	46	40,3	44,1	44,4	44,2	40,7
2016	40,9	44,7	48,2	47,0	45,9	45,7	50,8	57,4	53,3	52,7	50,8	51,9
2017	51,7	51,3	51,2	49,7	49,2	49,6	46,7	42,1	45,7	50,7	51,9	51,7
2018	49,4	47,5	50,8	59,6	59,3	54,4	53,6	50,8	52,0	59,8	59,1	60,3
2019	52,1	51,7	54,5	56,5	53,4	46,5	45,4	44,9	47,5	50,8	48,6	51,9

No que respeita aos resultados da música recente, constata-se que, de acordo com as emissões reportadas, em 2019, a quota mínima de 35 % de música recente tem vindo a ser cumprida, com valores que se mantêm bastante significativos, na maior parte dos meses do ano superiores a 50 %, com maior expressividade no mês de abril, 56,5 %, o que atesta a regularidade das difusões musicais recentes no primeiro canal do operador de serviço público.

5. ANTENA 3

5.1. CUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO DE DIFUSÃO DE 25 % DE MÚSICA PORTUGUESA NAS 24 HORAS DE EMISSÃO

O terceiro serviço de programas de rádio da RTP – Antena 3 – não encontra na Lei da Rádio nenhuma disposição específica tal como acontece para a Antena 1, apenas o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, na Cláusula 16.ª, alínea b), que passou a incluir, desde 2015, a obrigação, nos termos do artigo 41.º, n.º1, da Lei da Rádio, da difusão da quota mínima de 50 %.

Apresentam-se, desta forma, os apuramentos da quota de música portuguesa, da subquota de 60 % preenchida com temas compostos ou interpretados em língua portuguesa, por cidadãos dos Estados-membros da União Europeia e da quota de 35 % de música recente.

Procede-se, 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).

Fig.6 - Difusão de música portuguesa - quota de 25 % (valores em %)

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	52,0	52,2	52,6	52,5	52,3	52,7	52,7	52,6	52,6	52,0	52,0	52,2
7h00m às 20h00m	52,6	53,1	52,8	52,8	52,9	53,0	53,0	52,9	52,9	52,2	52,2	52,6

Atentos os valores supra, a Antena 3, tanto no período das 24 horas de emissão como no período diário de maior audiência, apresenta valores de difusão de música portuguesa superiores a 50 %, sendo em fevereiro, que surge a percentagem mais alta destas produções musicais, 53,1 %.

Fig.7 - Evolução comparativa 2015-2019 no período 7-20h (valores em %)

Ano	24 Horas		Das 7H às 20H	
	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre	Média 1.º semestre	Média 2.º semestre
2015	60,4	54,3	46,8	55,7
2016	51,8	52,1	51,7	52,4
2017	51,4	51,6	51,7	51,9
2018	52,0	52,3	52,2	52,7
2019	52,4	↑	52,4	↑
			52,9	↑
				52,6
				↓

Conforme demonstra a Figura 7, no que respeita a valores comparativos semestrais do quinquénio, a Antena 1 no período das 24 horas de emissão apresentou valores ligeiramente superiores aos de 2018, em 0,4p.p, no primeiro semestre e 0,1p.p, no segundo, com a média de 52,4 %.

Assinala-se no período de maior audiência, no primeiro semestre, uma subida de 0,7p.p, face ao mesmo período do ano anterior. Já no segundo semestre ocorre uma ligeira descida de 0,1p.p., com as médias semestrais de 52,9 % e 52,6 %.

5.2. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 60 % DE MÚSICA COMPOSTA OU INTERPRETADA EM LÍNGUA PORTUGUESA POR CIDADÃOS DOS ESTADOS-MEMBROS DA UNIÃO EUROPEIA

O terceiro serviço de programas da concessionária de serviço público obedece da mesma forma à obrigação de difusão de preenchimento da quota de 25 % de música portuguesa com, pelo menos, 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa (Cf. artigo 43.º).

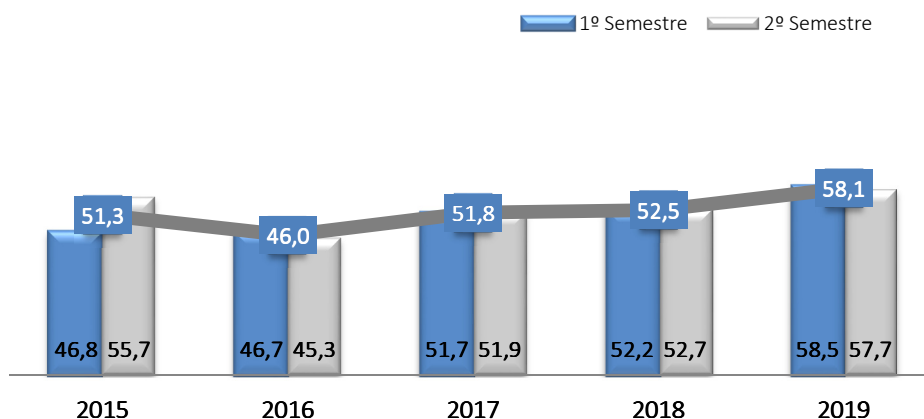
Fig.8 - Difusão de música em língua portuguesa - subquota de 60 % (valores em %)

Período horário de emissão	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
24 horas	56,8	59,2	60,9	60,8	57,5	55,6	56,6	56,5	56,0	54,1	59,2	63,7
7h00m às 20h00m	57,4	59,1	60,6	60,1	57,8	55,9	56,5	56,5	55,9	54,4	59,1	63,9

Na presente subquota, em 2019, constata-se ao longo do semestre alguns desvios da quota mínima expectável, situação que resulta da elevada percentagem de música portuguesa (com temas enquadráveis na quota mínima de 25 %) difundida neste serviço de programas.

Conforme demonstra a figura 8, os meses de março, abril e dezembro revelam valores que superam, nomeadamente no último mês do ano, com 63,7 % e 63,9 %, a quota mínima estabelecida, atendendo à monitorização da ERC e sensibilização do operador para a necessidade do cumprimento da quota estabelecida, não obstante os constrangimentos referenciados.

Fig.9 – Evolução comparativa 2015-2019 no período 7-20 h (valores em %)



Conforme demonstra o comparativo dos últimos cinco anos, quanto a apuramentos semestrais, verifica-se, em 2019, tanto no primeiro como no segundo semestre, valores mais próximos da quota de 60 %, numa média anual de 58,1 % de música em língua portuguesa.

Com efeito, revela a Antena 3 um crescimento significativo de difusão de música em língua portuguesa, numa subida de 8,8p.p do primeiro semestre do ano 2018, para o

primeiro de 2019, apurada a média de 58,5 %, e no segundo numa subida de 3,1p.p, situando-se em 57,7 %.

No que se refere aos desvios registados na subquota de música em língua portuguesa, fixada em 60%, importa clarificar que os serviços de programas que ultrapassam largamente a quota prevista no art.º 41.º n.º1 da Lei da Rádio estão sujeitos a um esforço suplementar não imputável a outros no patamar mínimo dos 25 %, ao que, reduzindo o operador a emissão de música portuguesa, asseguraria o cumprimento da quota mínima de 60%. Salienta-se que a Antena 3 assegura uma grande difusão de temas de música portuguesa com intérpretes e bandas nacionais, grande parte interpretados em inglês. Contudo, para a subquota de 60%, só são contabilizados os títulos interpretados em língua portuguesa, o que influi necessariamente nos valores observados. Da mesma forma, 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.

5.3. EMISSÃO DE UMA PERCENTAGEM NÃO INFERIOR A 35 % DE TEMAS CUJA PRIMEIRA EDIÇÃO FONOGRAFICA OU COMUNICAÇÃO PÚBLICA TENHA SIDO EFETUADA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

O serviço de programas Antena 3 encontra-se, da mesma forma, obrigado ao cumprimento do estabelecido no artigo 44.º da Lei da Rádio, que determina que a quota de 25 % deverá ser preenchida com, pelo menos, 35 % de temas cuja primeira edição ou divulgação pública tenha sido efetuada nos últimos 12 meses.

Fig.10 – Música Recente (valores em %)

Ano	jan	fev	mar	abril	maio	jun	jul	agos	set	out	nov	dez
2015	78,4	78,1	75,8	74,9	75,1	77,0	79,7	80,1	81,9	87,2	86,9	85,7
2016	80,3	80,4	81,9	82,3	81,6	81,2	77,7	84,4	83,3	82,1	81,9	81,3
2017	82,1	82,8	81,2	78,6	79,0	78,2	78,1	74,1	77,2	77,3	77,2	77,3
2018	71,1	78,2	79,1	78,7	74,4	77,4	79,0	80,1	77,3	76,4	77,4	77,5
2019	77,0	74,4	77,5	77,9	77,4	78,9	80,4	77,6	74,1	73,4	77,3	78,8

Ao longo do último ano, as percentagens de música recente decorrentes da programação musical difundida, foram sempre superiores a 70 %, a mais alta registada no mês de julho, 80,4 %. Esta é uma tendência manifesta, já em anos anteriores, conforme demonstra a Figura 10, atendendo a que a quota mínima estabelecida se impõe em 35 %.

Para este apuramento são contabilizados todos os temas considerados para a quota de 25 % de música portuguesa, ainda que interpretados noutros idiomas, ao que se constata, atendendo aos apuramentos registados, a grande relevância da música enquadrável na linha musical e editorial deste serviço, direcionada a um público mais jovem.

VOLUME II

RELATÓRIO DE REGULAÇÃO

2019

VERSÃO SEM REVISÃO DE TEXTO
E DE GRAFISMO PROFISSIONAL

ANÁLISE DAS OBRIGAÇÕES DE PROGRAMAÇÃO - RTP1, RTP2, SIC, TVI, CMTV E RTP3 (2019)

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

1. VISÃO GLOBAL

A verificação do cumprimento dos princípios do *pluralismo* e da *diversidade* na programação televisiva exibida em 2019 é o principal objetivo do presente capítulo. Em concreto serão analisadas as grelhas de programas exibidos pelos quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre - RTP1, RTP2, SIC, TVI, pelo generalista nacional de acesso não condicionado com assinatura (cabo) CMTV, e pela RTP3, serviço de programas temático informativo do operador público de televisão.

A análise da programação televisiva realizada pela ERC parte do pressuposto de que a diversidade da oferta de conteúdos constitui uma das dimensões do dever de pluralismo a que os operadores dos referidos serviços de programas acima especificados estão sujeitos. Importa notar que o pluralismo é aqui entendido em sentido lato, enquanto representação de um vasto conjunto de valores, opiniões e pontos de vista, de informações e de conteúdos, representando os múltiplos interesses sociais, políticos, culturais, económicos, etc.¹

Em termos de referente, a análise realizada tem como base principal as obrigações gerais de programação fixadas na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais e Pedido (LTSAP).

No caso dos serviços de programas do operador público de televisão, a verificação dessas obrigações também tem em consideração o definido no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), de 6 de março de 2015².

Já no que diz respeito aos serviços de programas dos operadores privados SIC e TVI, a análise conjuga-se com os respetivos cadernos de encargos das licenças de difusão.³

¹ A noção base de pluralismo dos *media* tem vindo a ser desenvolvida ao nível da União Europeia na definição das políticas para a Sociedade da Informação e os *Media*. Constitui, por exemplo, a definição de partida do “*Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – towards a Risk-Based Approach*”, divulgado no âmbito dos trabalhos da *Task Force for Co-ordination of Media Affairs*, onde se desenvolve uma proposta de análise holística do pluralismo dos *media* nos Estados-membros (cf., por exemplo, “*Commission Staff Working Document – Media Pluralism in the Member States of the European Union*”, SEC, 2007).

² O documento pode ser consultado em <https://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/contratoConcessao2015.pdf>.

³ Avaliações tornadas públicas nas Deliberações 1-L/2006, de 20 de junho (Renovação das licenças para o exercício da atividade televisiva dos operadores SIC e TVI), 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro (Renovação da licença para o exercício da atividade televisiva do operador televisivo TVI), 1/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da SIC, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro (primeira avaliação intercalar da licença da TVI, artigos 23.º e 97.º, n.º 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido) e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC

Finalmente, no caso da CMTV, a análise é também enquadrada pela autorização para o exercício da atividade de televisão e correspondente projeto editorial.⁴

A identificação dos *géneros televisivos* que compõem as grelhas de programação é a principal forma de caracterizar a oferta de um operador televisivo, permitindo fazer uma verificação da amplitude de tipos de programas que cada serviço de programas disponibiliza aos seus públicos. É de sublinhar que, ainda que a apreciação da diversidade da oferta televisiva não se esgote nesta análise dos géneros televisivos que compõem as grelhas de programas, entende-se que esta opção metodológica de caracterização dessas grelhas continua a ser a que melhor reflete as obrigações a que, em matéria de diversidade de programação, estão sujeitos os operadores em apreço.

No que diz respeito às variáveis que permitem categorizar e, desse modo, caracterizar os programas emitidos, é de notar que as três principais são:

- **o macrogénero** (nível de análise que permite agregar os programas de um mesmo grupo, por exemplo todos os programas informativos ou de entretenimento);
- **o género** (que permite classificar o género televisivo predominante de um programa);
- **a função de programação** (que possibilita identificar qual a vocação predominante em cada programa).

No caso da *função* é uma variável que deriva igualmente da LTSAP, na medida em que a mesma também estabelece como princípio geral que os serviços de programas, de acordo com a sua natureza, devem contribuir para a informação, formação e entretenimento dos públicos.⁵

Em termos de apresentação de resultados, continua a seguir-se a opção de fazer uma primeira análise global da diversidade de *macrogéneros/géneros* dos programas presentes nas grelhas de emissão. Num nível mais micro, são também verificados os resultados referentes aos conteúdos disponibilizados no *horário nobre (20h00-22h59)* de cada um dos serviços de programas generalistas, bem como em relação à programação informativa, infantil/juvenil e cultural/conhecimento, assim como aquela destinada à promoção da diversidade cultural e interesses de grupos minoritários no contexto nacional. Relativamente a estas análises mais detalhadas, o principal objetivo é permitir verificar o modo como estes elementos específicos de programação são integrados nas grelhas de emissão de 2019.

A análise destas dimensões é feita tendo por base a leitura de dois indicadores: a *duração global* (volume de horas de emissão) e a *frequência de exibição* (número de edições de programas) dos géneros televisivos dos programas que foram emitidos por cada um dos seis serviços e programas ao longo do ano. De notar que, desses dois indicadores, a leitura privilegia a *duração global*, mas recorre à *frequência de exibição* sempre que a avaliação incida numa

e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

⁴ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado Correio da Manhã TV).

⁵ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 9.º, alínea a), n.º1.

norma quantificada e sempre que essa análise permita explicar melhor a amplitude alcançada ou não por determinado género televisivo.

Pelo segundo ano consecutivo, o Relatório de Regulação irá aplicar a verificação da diversidade de programação à CMTV que, importa recordar, enquanto serviço de programas generalista, está igualmente sujeita a um compromisso com uma oferta televisiva verdadeiramente diversa e plural, razão que justifica a decisão de continuar a analisar a sua programação de forma mais sistemática.

Em 2019, quanto à CMTV, a análise continuou a deparar-se com a dificuldade (já assinalada no Relatório de Regulação de 2018) de distinguir as partes autónomas da grelha de programação, em conformidade com o conceito de *programa* concretizado pela ERC a partir da definição apresentada na Lei da Televisão. Com efeito, de acordo com esta, «os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas técnicas e artísticas»⁶ - elementos que, não raro, estão omissos no caso da emissão da CMTV, conforme se identificou em vários tipos de conteúdos.⁷

Esta dificuldade recorrente que se levanta, no caso da CMTV, à delimitação da unidade de análise *programa* mediante a identificação de elementos formais (genérico e ficha técnica e artística) é ainda agravada por frequentes interrupções na emissão e inconstância na duração das edições ou episódios de um mesmo programa. A emissão da CMTV desafia assim a lógica unitária e sequencial que se observa em serviços de programas com unidades de programação mais estáveis, padronizadas e formalmente íntegras.

Por este motivo, continua a considerar-se que não seria suficientemente fiável apresentar e analisar os resultados produzidos com base numa grelha de programação com as características acima descritas, pelo que se optou por não apresentar o indicador *frequência de exibição* relativamente à CMTV.

No total dos seis serviços de programas analisados foram contabilizadas:

- RTP1 - 6899h52m12s de emissão, correspondentes a 6922 programas;
- RTP2 - 8466h39m52s, correspondentes a 25 957 programas;
- SIC - 6318h18m44s de emissão, correspondentes a 6583 programas;
- TVI - 6311h00m35s, correspondentes a 6320 programas;
- CMTV - 7807h55m28s;
- RTP3 - 8226h43m40s, correspondentes a 12 619 edições de programas.

Tal como em edições anteriores do presente relatório, a análise da programação televisiva aborda, em primeiro lugar, os dados dos cinco serviços de programas generalistas de âmbito nacional – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV –, com a RTP3 a beneficiar de uma análise

⁶LTSAP, artigo 42.º.

⁷ Tome-se, a título exemplificativo, o programa “Investigação CM” que foi, na maioria dos casos, considerado como programa autónomo ainda que, em certos casos, por ter sido exibido como parte do serviço noticioso, não foi contabilizado na análise – por não reunir as características formais de um programa autónomo.

individualizada, no final do capítulo, em virtude de se tratar de um serviço de programas temático informativo.

Cada um dos pontos do capítulo é antecedido de caixas de texto cuja função é destacar noções necessárias à sua compreensão (outras que não as definidas no ponto referente à metodologia de análise), assim como fazer sobressair obrigações inscritas na LTSAP e/ou dos documentos acima especificados que contêm os compromissos de cada um dos serviços de programas em particular, como forma de facilitar a apreensão da relação entre as mesmas e a análise realizada.

2. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- Consideram-se “generalistas” os serviços de programas televisivos que apresentem uma **programação diversificada** e dirigida à **globalidade do público**;⁸
- Constituem fins da atividade de televisão, consoante a natureza, a temática e a área de cobertura dos serviços de programas televisivos disponibilizados: contribuir para a **informação, formação e entretenimento** do público;⁹
- Constituem, nomeadamente, obrigações gerais de todos os operadores de televisão que explorem serviços de programas televisivos generalistas, de cobertura nacional: assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma programação diversificada e plural.¹⁰

▪ DIVERSIDADE E (MACRO)GÉNEROS DOS PROGRAMAS EMITIDOS

Os aspetos destacados na entrada do presente capítulo são os que servem de referente à análise da diversidade de programas realizada em cada um dos pontos seguintes e que pretende apreciar as especificidades de programação de cada um dos serviços de programas generalistas nacionais contemplados no relatório – RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV –, de modo a obter uma visão geral da amplitude e do pluralismo das suas grelhas de programação em 2019.

Importa voltar a destacar que os géneros televisivos identificados nas grelhas, seja no plano das grandes categorias adotadas (*macrogéneros*), seja das suas subcategorias (*géneros*), são tomados como indicadores dessa exigência de diversidade, privilegiando-se a *duração dos programas*, mas fazendo-se menção à *frequência de exibição* sempre que relevante.

Foram apreciadas, no total dos cinco serviços de programas generalistas, 35 724h21m04s de tempo de emissão de programas, assim repartido:

- RTP1 com 6899h55m12s;
- RTP2 com 8466h39m52s;
- SIC com 6318h18m44s;

⁸ LTSAP, artigo 8.º, n.º 2.

⁹ LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

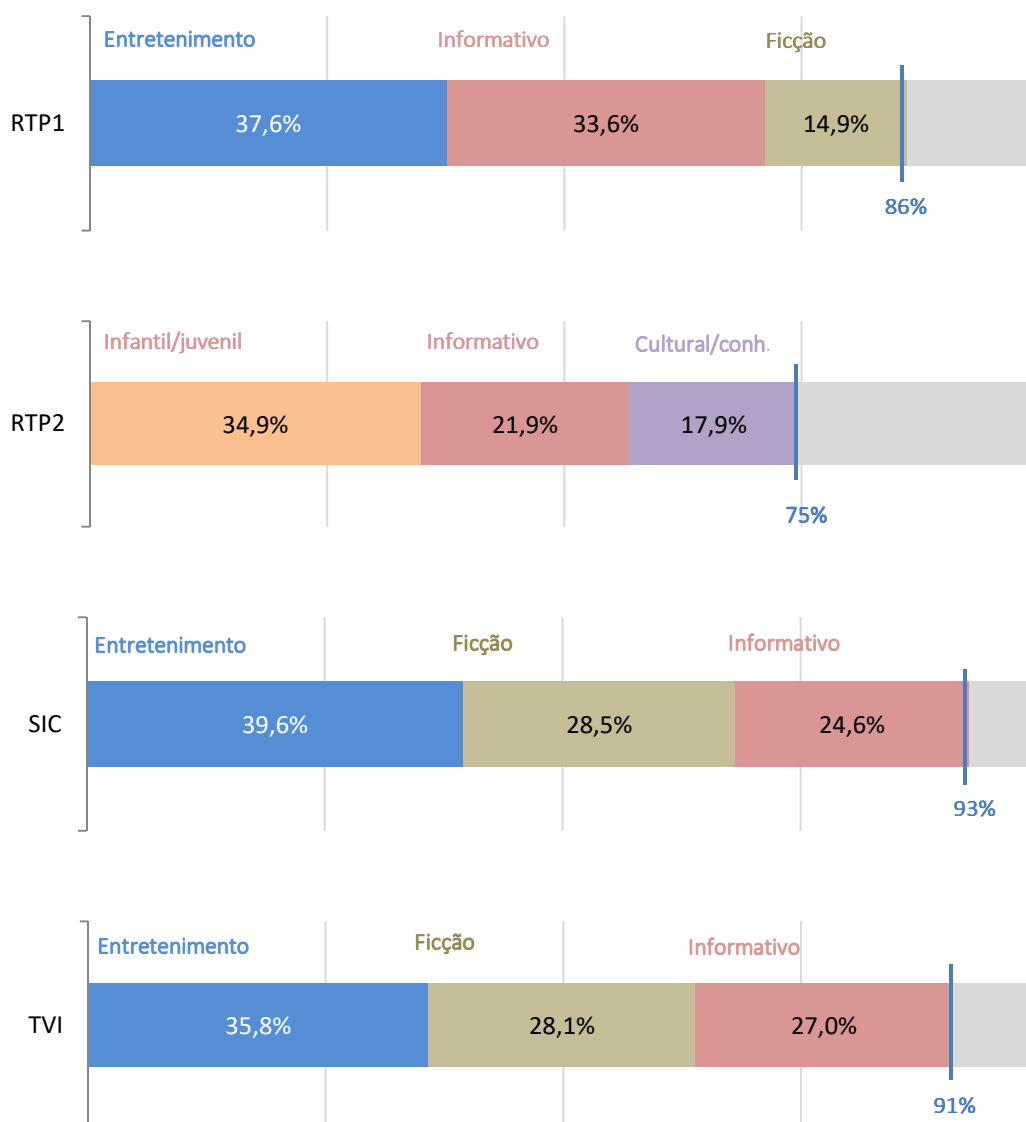
¹⁰ LTSAP, artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

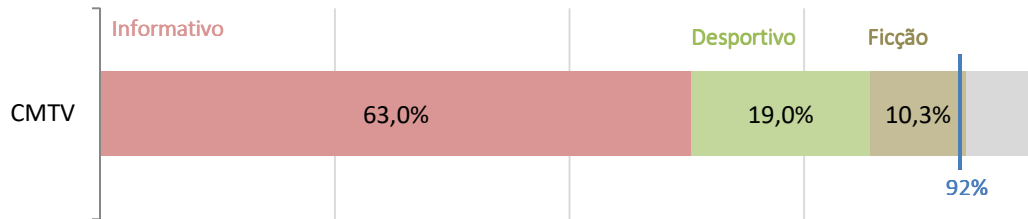
- TVI com 6311h00m35s;
- CMTV com 7807h55m28s.

No caso dos serviços de programas em que é direta a correspondência entre aquele volume horário e espaços autónomos e claramente delimitados (correspondente à noção de *programa*), foram observados os seguintes totais:

- RTP1 com 6922 programas;
- RTP2 com 25 957 programas;
- SIC com 6583 programas;
- TVI com 6320 programas.

Fig. 1 - Três macrogéneros televisivos de maior duração, por serviço de programas (2019)





RTP1

- O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às **realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa**, conceder especial relevo: à **informação**; ao **entretenimento** de qualidade e de expressão originária portuguesa; à transmissão de carácter cultural; à **sensibilização dos telespectadores para os direitos e deveres enquanto cidadãos**;¹¹
- Assegura a cobertura de manifestações que constituam **fator de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural e desportiva**;¹²
- Visa o grande público, pelo que deve incluir **programas de entretenimento**, dando especial relevo a **formatos diferenciadores** face os serviços comerciais existentes no mercado, cujos padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, **respeito pela dignidade humana** e pelas **minorias** possam assumir-se como elementos reguladores da programação de televisão generalista;¹³
- Espaços de **entretenimento** que promovam a **integração das gerações e grupos sociais**, favoreçam o **contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional** e entre eles e as **comunidades residentes no estrangeiro** e **valorizem a língua e a cultura portuguesas** e a coesão nacional;¹⁴
- Espaços de **entretenimento** com **preocupação formativa** que contribuam para a **promoção da cultura geral** e da **abertura ao conhecimento**.¹⁵

Em 2019, a RTP1 exibiu um total de 6922 programas, que perfizeram 6899h55m12s de emissão.

Focando a atenção nos serviços de programas generalistas, da análise dos *géneros* televisivos e das *funções* da programação resultou que, em termos horários, os formatos de *entretenimento* (37,6 %) foram os mais representados na RTP1, secundados pelos conteúdos de *informação* (33,6 %), numa diferença de cerca de 275 horas de emissão ao ano.

A análise mais detalhada dos géneros da programação da RTP1 revela a preponderância horária dos *magazines informativos* (18,6 %), dos *talk shows* (17,4 %) e dos *serviços noticiosos* (12 %).

¹¹ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 9.ª, n.º 1, alíneas a) a d).

¹² CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 2.

¹³ CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 7, alíneas a) a c).

¹⁴ CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea a).

¹⁵ CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 8, alínea b).

Em número de programas, sobressaem os *serviços noticiosos* (14,3 %) e, também neste indicador, as *séries* (10,2 %) e os *concursos/jogos* (9,8 %).

Do conjunto dos 39 géneros previstos na presente análise, a programação da RTP1 encontra, em 2019, correspondência em 32 categorias de género, mais uma que no ano anterior.

RTP2

- Serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional com uma programação de **forte componente cultural e formativa e aberto à sociedade civil**;¹⁶
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público;¹⁷
- Constituir como uma **alternativa à oferta da RTP1, bem como às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo **conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público;¹⁸
- Conceder particular relevo na sua programação ao **princípio da inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico**;¹⁹
- **Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor**, entre outros, com **abertura à participação das entidades correspondentes** na sua programação;²⁰
- Assegurar espaços de **informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da **atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais**;²¹
- Incluir **espaços educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infante-juvenil** e que contribuam para a sua **formação**.²²

Em 2019, a RTP2 exibiu um total de 25 957 programas,²³ que perfizeram um total de 8466h39m52s de emissão.

São os programas *infantis/juvenis* (34,9 %) que mais se destacam na programação do segundo serviço de programas do operador público de televisão, tanto em tempo de emissão como, ainda com maior ênfase, em número de programas (68,5 %). No volume total de horas

¹⁶ CCSPRT, Cláusula 7.ª, n.º 2, alínea b), com reforço na cláusula 10.ª, n.º 1, do mesmo diploma.

¹⁷ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 2.

¹⁸ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 3.

¹⁹ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 4.

²⁰ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 5.

²¹ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 8.

²² CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 10.

²³ Deste total, 1340 correspondem aos espaços contentor “Zig Zag” e “Desalinhado”, dentro dos quais são exibidos programas de menor duração. Ainda que não se verifique uma duplicação na contagem dos tempos de exibição, quanto ao indicador “número de programas” há que levar em consideração que este é um dos elementos que contribui para a saliência da RTP2 relativamente aos restantes serviços de programas.

emitidas, seguem-se os programas *informativos* (21,9 %). Os *culturais/conhecimento* têm também relevo na programação da RTP2, surgindo em terceiro lugar (17,9 %) quando analisado o tempo total de conteúdos emitidos. Aliás, quando se observa o número de programas, os programas *culturais/conhecimento* ultrapassam mesmo os *informativos* (11,4 % e 8,8 %, respetivamente). A ficção também tem uma presença expressiva em tempo de exibição (com 15,2 %), em quarto lugar e a curta distância do anterior macrogénero.

Se a RTP2 complementa a RTP1 com a exibição de programas para os públicos mais jovens e de natureza cultural e de conhecimento, em contrapartida observa-se a presença residual de programas de *entretenimento* (0,1 %) neste serviço de programas.

A análise específica dos géneros por tempo de exibição revela a preponderância dos *desenhos animados* (21,7 %) e dos *serviços noticiosos* (16,0 %).

Em frequência de exibição, os *desenhos animados* (37,6 %) representam mais de um terço dos programas emitidos na RTP2. O segundo género mais frequente, também orientado para o público mais jovem, corresponde aos programas *educativos infantis/juvenis* (17,5 %).

Ao todo, na programação da RTP2, foram identificados, em 2019, 29 géneros.

SIC

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados de programas dirigidos a vários públicos em diferentes faixas horárias**;²⁴
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** (...), tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**.²⁵

Começando a análise pela caracterização, em termos de resultados globais, da grelha de programação exibida pela SIC em 2019, este serviço de programas, ao longo do ano, emitiu um total de 6318h18m44s de programação, o equivalente a 6583 programas exibidos.

De referir que, das 39 categorias de géneros televisivos consideradas na análise de diversidade realizada pela ERC, foram identificados programas que se classificam em 25 dessas categorias.

À semelhança do que tem vindo a verificar-se na análise de grelhas de emissão de anos anteriores observou-se que, em 2019, a SIC acentuou a sua tendência para concentrar a

²⁴ Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro, alínea d). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

²⁵ Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro, alínea f). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

esmagadora maioria do tempo de programação – 92,7 % - na exibição de programas que a ERC classifica em três categorias de *macrogéneros*: *entretenimento*, *ficção* e *informativo*.

Ainda assim, em 2019 sobressai, à partida, uma nova tendência, face ao observado quanto a 2018. Ao invés do *macrogénero* mais destacado ser a *ficção*, essa posição é agora ocupada pelo *entretenimento*, que passou a preencher 39,6 % do tempo disponibilizado à programação da SIC. A *ficção* passou a fixar-se em valores mais próximos dos apresentados pelo *entretenimento* em 2018, passando, em 2019, a ocupar 28,5 % do tempo global. Por sua vez, a *informação* cai para a terceira posição, ocupando 24,6 % desse tempo.

Perante essa evidente hegemonia desses três *macrogéneros*, sobressai que os restantes quatro identificados passaram a ocupar uma fatia muito diminuta ou até mesmo residual do tempo destinado à programação. Na quarta posição surgem os programas infantis/juvenis, representando 4 % do tempo global (o equivalente a 252h57m05s), seguidos da programação classificada como cultural/conhecimento, que não vai além dos 2,4 % (o equivalente a 151h04m14s). Os programas categorizados como *desportivos* e os *institucionais/religiosos*, representam, respetivamente, 0,5 % e 0,4 % desse tempo.

Se esse é o retrato da diversidade da grelha da SIC em termos de *macrogéneros* quando se considera o tempo global que cada um preencheu, o cenário não se altera muito quando o foco da análise recai sobre o número de exibições. Com efeito, mantem-se, exatamente pela mesma ordem, a clara hegemonia da tríade *entretenimento-ficção-informativo*, que, no seu conjunto, representam 86,3 % dos programas mais exibidos ao longo do ano. Com uma diferença que importa notar, a percentagem de exibições de programas de *entretenimento* aproxima-se da percentagem de exibições de *ficção*, respetivamente 35,2 % e 32,5 %. Já o *informativo* distancia-se, ficando-se pelos 18,7 % dos programas com mais exibições.

Os *macrogéneros* de programas com uma frequência de exibição mais diminuta continuam a ser os mesmos que os identificados a partir da análise baseada no tempo que ocupam na programação do ano. Ainda assim, os *infantis/juvenis* representam 6,9 % em número de programas exibidos e os *culturais/conhecimento* 3,8 %. Por sua vez, os *institucionais/religiosos* passam a representar 2,5 % e os *desportivos* a ocupar a última posição, com 0,5 % do total de programas exibidos ao longo do ano.

Quando o foco da análise da diversidade de programação passa do nível dos *macrogéneros* para o nível micro, ou seja, para a classificação dos programas identificados a partir dos géneros televisivos que melhor os caracterizam, observa-se que:

- Ao nível do tempo global que ocupam, há duas categorias de géneros que sobressaem, os *serviços noticiosos* e os *talk shows* (em conjunto representam 47,2 %);
- Quando considerado o número de programas exibidos destaca-se a tríade *telenovela-talk show-serviço noticioso* (em conjunto somam 49,8 %).

Os serviços noticiosos continuaram a ocupar a maior fatia do tempo global (24,2 %), seguidos de perto pelos programas de *talk show* (23 %), que, em 2019, atiraram as *telenovelas* para a terceira posição (com 13,9 % do tempo global).

Por sua vez as *telenovelas*, embora tenham perdido terreno na grelha da SIC em termos de percentagem de tempo de emissão que ocupam, foram o género televisivo que mais frequentemente foi exibido (19 % dos programas exibidos no ano). Tal como em 2018, a SIC continuou a contar com um total de 12 telenovelas, três das quais em estreia.

Em relação aos restantes 22 géneros identificados, que equivaleram a 38,9 % do tempo global da programação desse ano, pode-se acrescentar que os *filmes/telefilmes* continuam a surgir como quarto género mais proeminente em termos de tempo, ainda assim ficando-se pelos 9,2% do tempo global.

Com uma representação próxima, também no que diz respeito ao tempo que lhes foi dedicado, surgem os *reality shows* (5,7 %), as *séries* (5,4 %) e os programas considerados de *infotainment* (5,3 %), sendo curioso notar que esses são, com exceção dos três mais destacados, igualmente, os restantes géneros televisivos que tiveram maior número de exibições ao longo do ano, ou seja, que surgem entre os mais frequentes. É igualmente curioso notar que os programas de *humor* e os *filmes/telefilmes* também apresentaram uma percentagem de programas emitidos próxima, respetivamente 5,3 % e 5,1 %.

Ainda no que diz respeito aos 22 géneros televisivos que escapam à hegemonia da tríade *serviços noticiosos - talk shows - telenovelas*, é de salientar que, em 14 deles, a representação que apresentam é inferior a 1 % do tempo global da programação, resultado que reforça, uma vez mais, a clara preponderância de programas de determinados géneros em detrimento de outros.

TVI

- Emitir uma programação generalista e diversificada, com oferta de **géneros diversificados** de programas dirigidos a **vários públicos em diferentes faixas horárias**;²⁶
- Emitir uma programação que contribua para a **formação e informação do público** (...), tendo em consideração as **necessidades especiais de certas categorias de espectadores**, entre as quais as **crianças e os jovens**;²⁷
- Transmitir, **semanalmente**, a **missa dominical**.²⁸

²⁶ Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007 alínea d). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

²⁷ Renovação das Licenças para o Exercício da Atividade Televisiva dos Operadores Televisivos SIC e TVI Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007, alínea f). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

²⁸ Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro 2007, alínea p). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

Em 2019, a TVI exibiu 6320 programas, correspondendo a um universo de 6311h00m35s de emissão, que se distribuem por 24 géneros televisivos (face a 29 no ano anterior), ainda que alguns géneros estejam muito pouco representados.

O tempo de emissão da TVI divide-se de forma tripartida por *entretenimento* (35,8 %), *ficção* (28,1 %), cuja *função* também é *entretener*, e *informativos* (27 %).

Os quatro macrogéneros menos representados arrecadam menos de um décimo da duração total dos programas de 2019, sobressaindo os *infantis/juvenis* (6,5 %). A contagem fica fechada com os *institucionais/religiosos* (1,3 %), os *culturais/conhecimento* (0,9 %) e os *desportivos* (0,4 %).

Em número de programas, o peso relativo dos *infantis/juvenis* é de 8,8 % e o dos *informativos* 19,2 %, que se mantêm na terceira posição, registando-se, no entanto, face ao ano anterior, uma subida ligeira dos primeiros (cerca de duas décimas). Recorde-se que, em 2018, o peso relativo daqueles programas desceu cerca de quatro pontos percentuais).

Na desagregação por géneros, a *telenovela* apresenta a maior carga horária, com cerca de 20 % das horas anuais de programação. Ligeiramente abaixo, surgem os *talk shows* (17,4 %). Os *serviços noticiosos* (14,2 %, registando uma subida de dois pontos percentuais face ao ano anterior) e *magazines informativos* (11,9 %) são as categorias seguintes. A soma destes quatro géneros ultrapassa os três quintos do tempo de emissão anual da TVI (63,5 %).

No indicador de frequência, a *telenovela* também se destaca (24,5 %), seguindo-se *serviços noticiosos* (11,6 %), *ficção infantil/juvenil* (8,8 %) e *talk show* (8,5 %, ocupando a posição onde antes se encontravam os *reality shows*).

A missa fez parte da emissão dominical da TVI, durante todo o ano de 2019.

Da programação deste serviço de programas constam formatos clássicos de informação e conteúdos que, inseridos noutras grandes categorias de género, têm como missão informar os públicos. Relativamente à vertente da formação, não se observa a mesma correspondência nas grelhas de emissão da TVI, que apresenta um valor absolutamente residual para esta função (0,1 %)

CMTV

- «As linhas gerais da programação assentam na transmissão de noticiários, programas de informação, de âmbito social e de entretenimento.»²⁹

Em 2019, a CMTV exibiu programação num total de 7807h55m28s de emissão, distribuídas, tal como no ano anterior, por 20 géneros televisivos.

²⁹ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado *Correio da Manhã TV*).

Conforme referido na introdução, revela-se impraticável isolar as partes autónomas da grelha de programação em correspondência com a noção de *programa* desenvolvida pela ERC, devido a características atípicas da emissão e da grelha da CMTV – donde a opção por não apresentar o indicador “número de programas”, relativo à programação emitida em 2019 pela CMTV.

A CMTV apresenta uma programação pouco diversificada, o que se evidencia através de diversos aspetos da presente análise. Atente-se, em primeiro lugar, na distribuição do tempo de programação por macrogéneros: quase dois terços do tempo de programação da CMTV correspondem a conteúdos do macrogénero *informativo* (63,1 %); seguem-se os programas desportivos (19,0 %), ficção (10,3 %) e programas e entretenimento (6,5 %).

Com expressão marginal na grelha da CMTV estão os programas de *cultura/conhecimento* (1,1 %). A CMTV não emitiu, em 2019, programas *infantis/juvenis* nem de teor *institucional/religioso*.

O *serviço noticioso* é o género com maior expressão horária, correspondendo a mais de metade das horas anuais de programação (52,9 %) e numa liderança claramente destacada dos restantes géneros. Muito abaixo, surgem, em segundo lugar, os programas de *comentário desportivo* (16,2 %), seguidos por *filmes/telefilmes* (8,5 %) e comentário (5,6 %). A soma destes quatro géneros representa mais de oito em cada dez horas do tempo de programação da CMTV (83,2 %).

▪ DIVERSIDADE E FUNÇÕES DOS PROGRAMAS EMITIDOS

RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- **Informação, formação e entretenimento** do público;³⁰

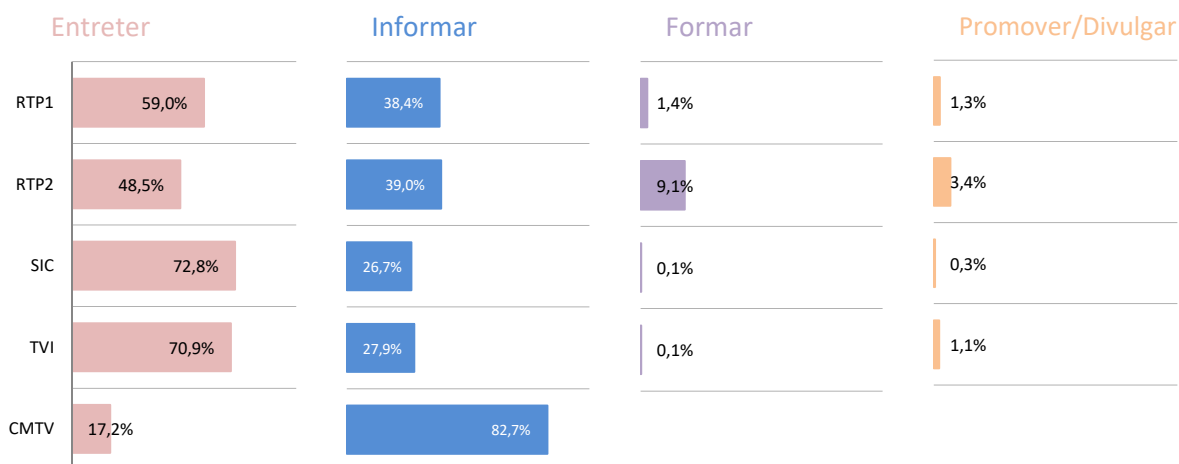
RTP1 e RTP2

- A concessionária do serviço público de televisão deve (...) apresentar uma programação que promova a **formação cultural e cívica** dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à **informação, à educação e ao entretenimento** de qualidade.³¹

³⁰ LTSAP, artigo 9.º, n.º 1, alínea a).

³¹ LTSAP, artigo 51.º, n.º 1.

Fig. 2 - Funções da programação televisiva (duração), por serviço de programas (2019)



A análise das *funções* privilegiadas pelos programas emitidos é outra das medidas que interessa considerar para poder aferir acerca da diversidade da programação dos serviços de programas em avaliação neste relatório. Veja-se, em seguida, um retrato das grelhas de programação de cada um dos cinco serviços de programas generalistas centrado nas funções que nela foram identificadas.

RTP1

Relativamente à *função* primordial dos conteúdos difundidos, *entreter* é a que mais se distingue nas grelhas de emissão da RTP1, apresentando um valor de 59 % e 54,7 % de carga horária e frequência, respetivamente.

Informar é a segunda missão mais refletida nos conteúdos de 2019, superando um terço do tempo e da frequência. Menos representadas, as funções *promover/divulgar* e *formar* também se observam na oferta programática da RTP1.

RTP2

Em 2019, voltou a sobressair na RTP2 a função *entreter*, surgindo à frente da função *informar* tanto em volume horário (48,5 % e 39,0 %) como em número de programas exibidos (57,3 % e 20,6 %).

A função *formar* é a terceira mais expressiva em tempo de programas da RTP2 (9,1 %), apesar de distante face às primeiras; analisando o número de programas (18,6 %), surge a pouca distância da segunda função.

Também têm presença, ainda que marginal, os conteúdos que visam *promover/divulgar* as entidades por eles responsáveis (3,4 % do volume horário e 3,5 % do total de programas).

SIC

Ao analisar a grelha de programas exibidos por este serviço de programas ao longo de 2019, considerando as *funções* desempenhadas pelos programas, observa-se que a *função entreter*

é claramente aquela que se destaca, estando presente em aproximadamente 72,8 % do tempo de programação e em 74,5 % do total de programas exibidos. De referir que esta é uma tendência que se mantém face aos resultados apurados no Relatório de Regulação de 2018.

Na segunda posição surge a função *informar*, tendo ocupado cerca de 26,7 % do tempo global, percentagem que desce para os 23,5 % quando se tem por referência a frequência de programas *informativos* transmitidos.

A função *promover/divulgar*, que nos dois últimos anos não tinha estado presente na grelha deste serviço de programas, surge este ano com uma representação de 0,3 % do tempo de programação, associada a duas estreias: o programa “À descoberta com” e o “Literacia 3 Di”, o primeiro promovendo e divulgando as preocupações e projetos de conservação ambiental destacados pela SOS Animal e o segundo fazendo uma promoção/divulgação do concurso “Literacia 3 Di”, promovido pela Porto Editora.

Já os programas que privilegiaram a função *formar* foram novamente residuais: 0,1 %, o equivalente a cerca de 07h55m41s das 6318h18m44s de programação transmitidas ao longo do ano.

TVI

Em 2019, aproximadamente três quartos das horas de programação da TVI (70,9 %) têm como vocação *entreter* os públicos.

Informar é a segunda função com mais horas de emissão, arrecadando mais de um quarto da duração total (27,9 %).

O tempo remanescente cumpre a função *promover/divulgar* (1,1 %).

A função *formativa* como objetivo central dos conteúdos difundidos mantém-se em 2019 com valores absolutamente residuais (0,1 %). Em anos anteriores já se assinalara a sua baixa representação.

CMTV

Em 2019, mais de oito em cada dez das horas de programação da CMTV (82,7 %) têm como função predominante *informar* – esta função está presente não só em programas classificados no macrogénero *informativo*, mas também noutros, designadamente os programas de *comentário desportivo*.

A outra função com presença na programação é *entreter* (17,3 %).

A função *formativa* está totalmente ausente da grelha, já que não foram detetados programas aos quais esta pudesse ser associada como função predominante. Também não se identificou a presença de programas associados à função *promover/divulgar*.

▪ DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE HORÁRIO NOBRE

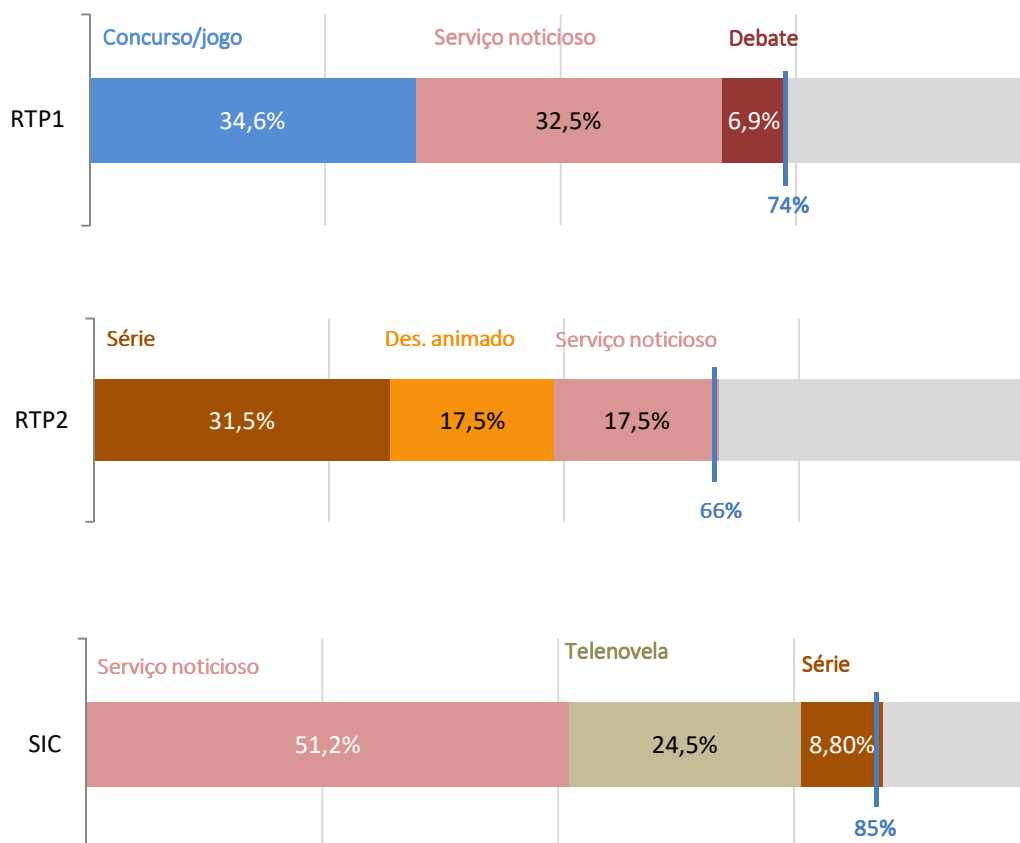
RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV

- Assegurar, incluindo nos **horários de maior audiência**, a difusão de uma **programação diversificada e plural**.³²

SIC e TVI

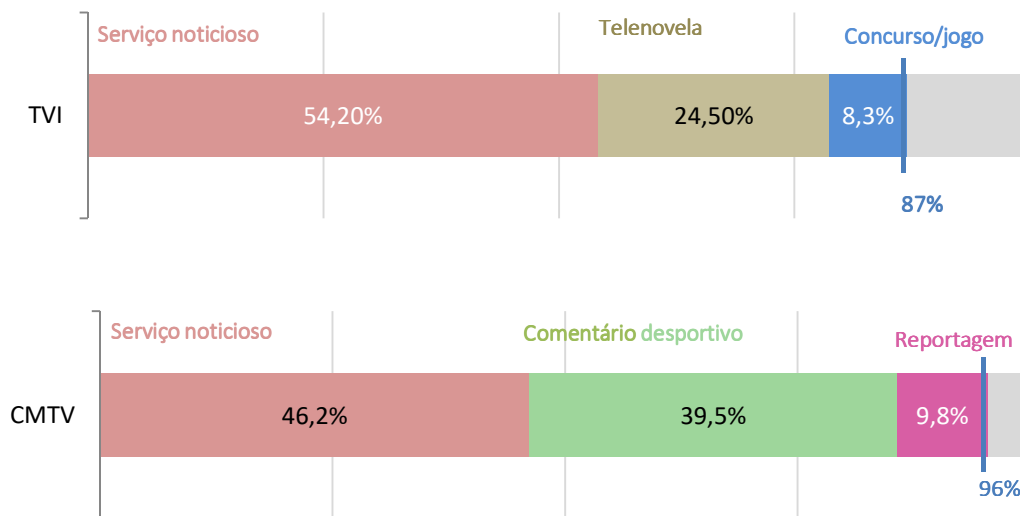
- **Diversificar os géneros** da programação emitida no chamado **'horário-nobre' (20h00-23h00)**.³³

Fig. 3 - Três géneros televisivos dominantes (duração) no horário nobre, por serviço de programas (2019)



³² Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 34.º, n.º 2, alínea a).

³³ Deliberação 2/2007, de 20 de dezembro, alínea o).



RTP1

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Na presente análise, a avaliação desta imposição faz-se pela apreciação do *horário nobre*, compreendido entre as 20h00 e as 22h59m59s.

Na RTP1 avaliaram-se 1136 programas cuja exibição ocorreu, totalmente ou na maioria, depois das 20 horas e antes das 23 horas, num total de 1009h12m52s de emissão, distribuídas por 21 géneros – uma diversidade superior a qualquer outro dos serviços de programas analisados neste relatório.

O *concurso/jogo* – é o género mais extenso no horário nobre da RTP1, seguido do *serviço noticioso* – “Telejornal” e, em terceiro lugar, o *debate*.

Na análise da *função* principal associada aos conteúdos exibidos em horário nobre na RTP1, verifica-se a presença de quatro categorias definidas no presente estudo, com *informar* e *entreter* a somarem a quase totalidade do tempo de emissão.

RTP2

Neste período horário, a RTP2 exibiu 3380 programas, para um total de 1041h17m04s de emissão, repartidas por 24 géneros.

Nesta faixa horária, os três géneros mais destacados, que juntos perfazem exatamente dois terços (66,6 %) das horas de programação, são *séries* (31,5 %), *desenhos animados* e *serviços noticiosos* (ambos com 17,5 %).

Na programação da RTP2 são observadas as quatro *funções* durante o horário nobre, com destaque para *entreter* (67,4 %) e *informar*, que não chega a alcançar um terço da duração total (29,9 %).

A RTP2 é, assim, de todos os serviços de programas analisados, aquele que apresenta uma menor concentração – donde, uma maior diversidade – nos tipos de conteúdos oferecidos no horário de maior audiência.

SIC

Ao fazer uma análise ao período de horário nobre, verifica-se que a SIC exibiu um total global de 988 programas ao longo do ano, o equivalente a 922h25m29s. Em termos de diversidade de géneros foram identificados programas classificados em 15 géneros televisivos.

A um primeiro olhar, esse resultado pode fazer parecer que existe diversidade de géneros. No entanto, uma análise da representação alcançada por cada um desses géneros faz sobressair que, só o *serviço noticioso*, equivale a mais de metade da duração dos programas (51,2 %) emitidos. A *telenovela* destaca-se como segundo género que consome maior fatia do tempo de emissão do horário nobre, ou seja, 24,5 % das 922h25m29s exibidas ao longo do ano.

No que diz respeito aos restantes 13 géneros televisivos identificados neste período horário é notório que têm uma representação diminuta, em muitos casos quase residual. Sete desses 13 géneros equivalem a programas cujo tempo de emissão, em termos globais, é igual ou abaixo de 0,5 %. No caso das séries, terceiro género que captou maior percentagem de tempo do horário nobre da SIC em 2019, equivalem a 8,8 %, sendo que o quarto género mais expressivo, pelo tempo que ocupa, é o *reality show*, com 6,2 % da duração global.

Quanto ao número de programas exibidos, de notar que continuam a ser o *serviço noticioso* e as *telenovelas* os dois géneros mais frequentes na grelha, sendo que os *magazines informativos* surgem na terceira posição, com uma percentagem muito próxima das *séries*, género que surge na quarta posição. Somados, esses quatro géneros televisivos equivaleram a 87,2 % dos 988 programas transmitidos neste período horário.

A análise acima exposta acaba por permitir explicar que, em conjunto, as funções *informar* e *entreter* equivalem a 99,9 % do tempo de programação do horário nobre da SIC, em 2019, representando, respetivamente, 51,8 % e 48,1 %. Os 0,1 % de tempo remanescente foram ocupados pela função *formar*, correspondente a 32 edições do programa “Economia com quem sabe”.

TVI

No horário nobre, fixado entre as 20h00 e as 23h00, a TVI exibiu 11 géneros de programação televisiva (menos três que no ano anterior), num total de 844 exibições para 866h33m56s de emissão.

São dois os géneros mais marcantes: *serviço noticioso* (54,2 %, com um incremento de cerca de 13 pontos percentuais face ao ano anterior), regressando ao primeiro lugar, e *telenovelas* (24,5 %, um decréscimo assinalável de cerca de 14 pontos percentuais). O terceiro género *concurso/jogo*, fica-se pelos 8,3 % das horas de emissão e substitui os *reality shows* nesta posição.

O horário nobre regista um decréscimo de géneros em 2019 face ao ano anterior (14 e 11, respetivamente) e apenas dois – *serviço noticioso* e *telenovela* – aglutinam quase 80,0 % da duração das exibições. A presença de outros géneros durante o período de horário nobre é residual, traduzindo-se, assim, numa concentração da oferta de horário nobre, com prejuízo da diversidade.

Neste intervalo temporal, são apenas duas as funções da programação: *informar* (55,8 %) e *entreter* (44,2 %). Salienta-se a inversão das posições destas funções neste período horário,

com uma significativa subida da duração da primeira, de cerca de 15 %, e uma igualmente significativa descida da função entreter (cerca de 16 pontos percentuais).

CMTV

A CMTV deve oferecer uma programação diversificada em diferentes faixas horárias, designadamente no horário nobre. Neste horário, entre as 20h00 e as 23h00, a CMTV exibiu um total de 965h10m12s de programas, repartido por dez *géneros*, ainda que apenas três tenham tido uma presença com expressão relevante no ano. Com efeito, neste período horário, 85,4 % da programação da CMTV concentrou-se em dois géneros, serviço noticioso (46,2 %) e comentário desportivo (39,5 %), traduzindo uma concentração da oferta de horário nobre, com prejuízo da diversidade. Há a assinalar uma ligeira diversificação, face ao ano anterior, devido a um declínio no peso do comentário desportivo e à exibição de reportagens neste período (9,8 %).

Neste bloco horário, praticamente a totalidade dos programas emitidos tem como *função* predominante *informar* (97,5 % do tempo de programação), havendo somente a registar, com uma presença mínima, a função *entretêr* (2,5 %, que correspondem sobretudo a *telenovela*).

▪ DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFORMATIVA

RTP1

- Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua **cobertura informativa adequada**;³⁴
- Conceder especial relevo à informação, designadamente através da difusão de **noticiários, debates, entrevistas, reportagens**;³⁵
- **Espaços regulares diários** em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;
- **Espaços regulares de debate**, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;
- **Espaços regulares de entrevista** a personalidades que se destaquem na sua atividade profissional ou cívica;
- **Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional**, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e das forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares;
- **Espaços regulares de reportagem**;³⁶
- **Espaços adequados de cobertura jornalística dos períodos eleitorais** relevantes;
- **Com frequência mínima: Três vezes por dia** para os noticiários; **Semanal**, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista; **Quinzenal**, para os programas de grande reportagem.

³⁴ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea b).

³⁵ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea a).

³⁶ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea a) a e).

A RTP1 tem obrigações específicas relativamente a formatos e regularidade de emissão da programação de informação.

Em 2019, foram contabilizados 1910 programas informativos, a que corresponderam 2316h23m22s de emissão, e que se distribuem por seis géneros: *magazine informativo* (o de maior duração), *serviço noticioso* (o mais frequente), *debate*, *reportagem*, *entrevista e edição especial*.

Foram exibidos *magazines informativos* diários como “Bom Dia Portugal” e “Portugal em Direto”, assim como os *serviços noticiosos* “Jornal da Tarde”, “Telejornal” e “Manchetes 3”, que asseguram as exigências de emissão de «espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais».

O CCSPRT estabelece uma frequência mínima de três edições diárias de *noticiários*. Com 991 edições de *serviços noticiosos*, a RTP1 aproxima-se de cumprir o exigido (2,7 por dia). Se se incluir na noção de *noticiário* os *magazines informativos* diários sobre temas da atualidade, o rácio de “espaços noticiosos” corresponde aos valores impostos.

É exigida a frequência semanal de emissão de programas de *debate* e *entrevista*. O “Prós e Contras”, com 33 edições em 2019, mantém-se como um dos programas que contribui fortemente para a concretização da obrigação de emissão semanal de «espaços regulares de debate, com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa», juntando-se-lhe, os programas “Fronteiras XXI” e os debates para as legislativas e europeias, entre outros. Semanalmente, o programa “Grande Entrevista” também assegura o estipulado, juntamente com outras entrevistas pontuais, como, no âmbito das Legislativas 2019, as entrevistas aos líderes dos partidos então representados no Parlamento.

A RTP1 deve exibir, quinzenalmente, espaços regulares de grande reportagem. As 131 edições identificadas (face a 37 do ano anterior), com títulos como o “Sexta às 9” e “Linha da Frente”, entre outros, concretizam largamente este requisito.

Cumprindo a exigência de transmissão de espaços semanais de informação dedicados especificamente às instituições políticas e à promoção da cidadania, foram emitidas 50 edições do programa “Europa Minha”.

RTP2

- Assegura **espaços de informação diários** que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade **nacional, regional e internacional**, nomeadamente culturais.³⁷

Na RTP2, a informação somou 2278 programas e 1857h06m11s de emissão, repartindo-se por sete géneros – ainda que cinco tenham, nesse tempo, expressão residual.

³⁷ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 10.ª, n.º 8.

O segundo serviço de programas da RTP deve assegurar «espaços de informação diários que, de modo contextualizado e aprofundado, desenvolvam o tratamento de matérias da atualidade nacional, regional e internacional».

Os *serviços noticiosos* representam quase três quartos da programação informativa (73,0 %) – trata-se dos programas “Euronews”, “Jornal 2” e “Repórter África: 2ª edição”. O outro género de informação com expressão relevante é o *magazine informativo* (22,3 %). Com expressão residual, foram ainda emitidos, em 2019, programas de *entrevista*, *comentário*, *debate*, *reportagem* e *boletim meteorológico*.

SIC

- Emitir um mínimo de **três blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgéneros **debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**.³⁸

Em 2019 a grelha deste serviço de programas exibiu um total de 1229 programas classificados como sendo de *informação*. Em termos de tempo global, esses conteúdos ocuparam o equivalente a 1552h21m18s de emissão, correspondentes a 24,6 % do tempo total dedicado à programação desse ano. Conforme já referido no ponto referente aos resultados globais, os *informativos* são o terceiro tipo de conteúdos a que o serviço de programas dedicou mais tempo em 2019, atrás do *entretenimento* e da *ficção*.

Considerando as obrigações de diversidade a que o serviço de programas está sujeito em matéria de informação, uma análise aos géneros *informativos* identificados na grelha permite constatar que foram exibidos programas de quatro géneros distintos: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *edição especial* e *reportagem*.

Dessa primeira análise de *géneros informativos* infere-se que, em 2019, SIC continua a incumprir o compromisso de emitir programas autónomos de *entrevista* e de *debate*, que simplesmente não existiram.

Relativamente aos quatro géneros identificados, sobressai ainda que tiveram uma representação bastante distinta, quer em termos de tempo de emissão que ocupam, quer em termos de número e frequência com que são emitidos. Tal como constatado em anos anteriores, volta a ser notória uma clara hegemonia dos *serviços noticiosos*, que ocupam 98,5 % do volume horário que a SIC dedicou à informação e equivalem a 80 % dos 1229 programas *informativos* transmitidos ao longo do ano.

Conforme tem vindo a ser notado em relatórios anteriores, este predomínio dos *serviços noticiosos* está diretamente relacionado com a presença de três noticiários na grelha do serviço de programas: “Edição da Manhã” (no horário da manhã), “Primeiro Jornal” (às 13h00) e “Jornal da Noite” (às 20h00).

³⁸ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i).

É precisamente a presença desses três *serviços noticiosos*, dois deles com transmissão diária (“Primeiro Jornal” e “Jornal da Noite”) que faz com que a SIC se aproxime do mínimo de três blocos informativos diários que estão assumidos como seu compromisso. Esse mínimo só não é cumprido na íntegra porque o “Edição da Manhã” apenas é transmitido nos dias de semana.

No que diz respeito aos três restantes *géneros informativos* identificados na grelha do serviço de programas com presença autónoma, verifica-se que o segundo mais frequente foi o *magazine informativo*, representando somente 1 % das horas reservadas à informação e 19,6 % do número de programas informativos transmitidos. Os *magazines* identificados são igualmente uma aposta de continuidade da SIC, isto é, nenhum deles foi uma estreia absoluta na grelha de programas no ano em análise. “Volante”, “Minuto de Economia” e “Carro do ano” são os três programas com esse género que se mantiveram em exibição.

Além dos *serviços noticiosos* e dos *magazines informativos*, a SIC registou a presença residual de quatro programas autónomos que a ERC considera serem *edições especiais* e ainda a presença de uma reportagem que foi exibida autonomamente, sem estar inserida em qualquer outro formato. A reportagem em questão foi transmitida no dia 5 de março de 2019, nas primeiras horas do período horário da manhã (entre as 9h40m e as 9h59m), depois de uma edição do “Ir é o melhor remédio”³⁹ e antes da “Edição da Manhã”. Com cerca de 19 minutos, teve como tema “Pertual: Portugal em mirandês”.

Em termos de diversidade de *géneros informativos* é ainda de notar a ausência de programas autónomos de comentário, referindo a este respeito que, conforme se constata no capítulo deste relatório que analisa a informação diária em horário nobre, a SIC tende a concentrar esses espaços no alinhamento dos *serviços noticiosos*, nomeadamente no “Jornal da Noite”.

TVI

- Emitir um mínimo de três **blocos noticiosos diários**;
- Emitir programas de informação dos subgéneros **debate** e **entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal**.⁴⁰

A análise específica dos *géneros informativos* na programação da TVI engloba 1215 programas, com 1705h28m59s de duração, distribuídos por cinco géneros de programação: *serviço noticioso*, *magazine informativo*, *entrevista edição especial* e *reportagem*, com valores residuais.

Os *serviços noticiosos* e *magazines informativos* são os garantes desta categoria de programação, em duração (52,5 % e 44,1 %, respetivamente) e em número de exibições (60,1 % face a 51,8 %, em 2018, e 32,9 % face a 25,5 %, em 2018). A preponderância dos dois géneros retira expressão aos restantes. A presença regular e autónoma de programas de *reportagem* representa apenas 0,6 %, em vez de 3,2 % no ano anterior, período em que se assinalou esse incremento do género *reportagem*, que se deveu, fundamentalmente, à introdução do

³⁹ Essa rúbrica que muitas vezes integrou o “Jornal da Noite”, teve nessa edição de 5 de março a sua única presença enquanto programa autónomo na grelha de 2019.

⁴⁰ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alíneas k) e i).

programa “SOS 24”, um programa «com imagens exclusivas, recolhidas durante as mais variadas operações das equipas que, dia a dia, garantem a segurança e o bem-estar dos portugueses». 17 *especiais de informação* e 47 *entrevistas* completam a lista. Regista-se, em relação ao último género, uma subida significativa em números absolutos (foram duas em 2018).

Relativamente à informação, a TVI tem como imposições específicas a emissão de «um mínimo de três blocos noticiosos diários» e de «programas de informação dos subgéneros debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal».

Quando se consideram apenas os programas classificados como *serviços noticiosos* – 365 edições do “Jornal da Uma” e 365 edições do “Jornal das 8”, a média diária é de duas edições/dia. Ampliando o conceito de “bloco noticioso” aos *magazines informativos* sobre a atualidade – 252 exibições de “Diário da Manhã” e 44 edições do “Primeira Hora” –, o rácio sobe para 2,8 edições de programas noticiosos diários.

Como em 2018 e em anos anteriores, globalmente, a TVI, não assegura esta obrigação contratual. Assinala-se, no entanto, que esta imposição é cumprida durante a semana, período em que os dois serviços informativos e o *magazine* diário fazem parte dos alinhamentos diários. A desconformidade acontece durante o fim de semana, por ausência daquele último das suas grelhas matinais de emissão.

Na esfera da informação, não se identifica a concretização da emissão semanal de *debates* fora dos blocos noticiosos diários. Regista-se um forte aumento do número de entrevistas (de duas, em 2018, para 47, em 2019), com o programa “Conta-me como És”, apresentado por Fátima Lopes. Ao longo do ano, registou-se também um aumento das *edições especiais* (cinco em 2018 e 17 em 2019), que se destinaram a debater e analisar temas prementes da atualidade.

CMTV

- Difundir **notícias** “de **hora a hora**, 24 horas por dia”;
- “Espaços informativos diários nas áreas de **Economia** e **Desporto**”

Em 2019, a CMTV exibiu 4925h13m27s de programas de informação, distribuídas por sete géneros de programação.

Os *serviços noticiosos* têm clara primazia em termos de volume horário, correspondendo a mais de metade do tempo total de programação e a oito em cada dez horas (83,8 %) do tempo total de programas informativos. Nesta matéria, a CMTV emite diariamente blocos noticiosos com uma regularidade que se aproxima daquela descrita na grelha-tipo apresentada no seu projeto editorial. No entanto, devido às dificuldades identificadas na introdução deste capítulo em quantificar rigorosamente o número de programas emitidos por este serviço de programas, não é, por enquanto, possível aferir o cumprimento deste dever específico da CMTV.

Para conhecer as características da informação diária produzida por este serviço de programas, sugere-se a consulta do próximo capítulo do presente relatório.⁴¹

O segundo género informativo de maior expressão na grelha da CMTV em 2019 é o *comentário* (8,9 % do volume horário).

No seu projeto, a CMTV prevê ter «total agilidade para interromper a emissão sempre que qualquer facto relevante o imponha». Em 2019, as edições especiais representaram 2,0 % do tempo total dos conteúdos informativos emitidos pelo serviço de programas.⁴²

Houve ainda a assinalar a presença de programas de *reportagem* (3,1 %) e, mais pontualmente, *debate* (1,3 %), *magazine informativo* (0,8 %) e *entrevista* (0,1 %).

Quanto a espaços informativos diários de economia, condição de emissão assumida pela CMTV em matéria de programação informativa, verificou-se não existirem espaços diários de informação económica com relevo na grelha do serviço de programas. No tocante a informação desportiva, incluindo os programas de *comentário*, verifica-se que a CMTV cumpre a obrigação.

▪ DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL/JUVENIL

RTP1.....

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua **formação**;⁴³

Espaços regulares de programação **lúdica, formativa e educativa** para o público infanto-juvenil.⁴⁴

Em 2019, os programas *infantis/juvenis* são dos menos expressivos em duração na programação da RTP1, registando 843 exibições - um número de exibições apenas superior aos programas de teor *institucional/religioso* -, que totalizam 144h00m31s de emissão, repartindo-se por cinco géneros televisivos.

A LTSAP e o CCSPRT estabelecem que a RTP1 apresente «programas educativos de entretenimento» para os mais novos, garantindo «espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa».

Invertendo a posição relativamente ao ano anterior, os *educativos infantis/juvenis* dominam no indicador duração (53,2 %) secundados pelos *desenhos animados* (27,2 %), verificando-se a mesma ordem no número de programas (44,5 % e 29,9 %, respetivamente).

⁴¹ ANÁLISE DA INFORMAÇÃO DIÁRIA - RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

⁴² Na presente análise procedeu-se à correção da classificação atribuída ao programa “Especial CM” no ano anterior, o que em parte justificou a sobre representação dessa categoria nos resultados de 2018. Com efeito, em 2018 – primeiro ano em que a CMTV foi integrada no *corpus* de análise –, o programa havia sido classificado como “edição especial”. O apuramento da análise levou, em 2019, à reclassificação como programa regular de debate (generalista ou desportivo, consoante os temas).

⁴³ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

⁴⁴ CCSPRT, Cláusula 9.ª, n.º 9, alínea e).

Relativamente às *funções* desempenhadas pela programação *infantil/juvenil*, *formar* passou a ser, em 2019, a função dominante (53,2 %), seguida da função *entreter*, com 44,6 %. A função *informar* representa os restantes 2,2 %.

Os conteúdos *infantis/juvenis* da RTP1 concentram-se exclusivamente nos alinhamentos das manhãs e dos fins de semana, estando praticamente ausentes da restante grelha.

RTP2

- Garantir a produção e transmissão de **programas educativos de entretenimento** destinados ao **público jovem e infantil**, contribuindo para a sua **formação**⁴⁵;
- Deve incluir espaços **educativos** e de **entretenimento** diários, destinados ao **público infantojuvenil** e que contribuam para a sua **formação**⁴⁶.

Nas grelhas de emissão da RTP2, o destaque, em volume horário e em regularidade nas grelhas de emissão, pertence aos conteúdos *infantis/juvenis*. São 17 769 programas,⁴⁷ com 2955h16m00s de duração, repartidos por seis categorias de género.

“Zig Zag”, habitualmente com duas exibições diárias, todos os dias da semana, e “Desalinhado”, transmitido aos dias de semana também, por regra, em dois momentos, são os principais espaços dedicados a estes públicos na programação da RTP2.

O segundo serviço de programas generalista do operador público também tem a incumbência de emitir diariamente programas educativos e de entretenimento destinados ao público infantojuvenil e que contribuam para a sua formação. Com 4545 edições e 633 horas de programas do género *educativo infantil/juvenil*, confirma-se o cumprimento deste dever por parte da RTP2.

Acima destes, os *desenhos animados* constituem perto de dois terços (62,3 %) do macrogénero infantil/juvenil. Em terceiro lugar, abaixo dos programas *educativos*, surge a *ficção infantil/juvenil* (10,4 %). Os três géneros representam, somados, mais de nove em cada dez horas de programação infantil/juvenil, relegando para uma presença mais estreita os restantes géneros identificados – *informação infantil/juvenil*, conteúdos do *espaço contentor* e *outros* não enquadráveis nas restantes categorias *infantis/juvenis*.

Entreter é a *função* dominante na duração total dos conteúdos dirigidos aos espectadores mais jovens (77,9 %). É também expressivo, ainda que inferior, o tempo dos programas em que foi identificada a função principal de *formar* (21,8 %). Também se observa a função *informar* nos *infantis/juvenis* da RTP2, mas com intensidade residual (0,3 %).

⁴⁵ LTSAP, artigo 51.º, n.º 2, alínea d).

⁴⁶ CCSPT, cláusula 10.ª, n.º 10.

⁴⁷ Espaços contentor

SIC

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao **público infantil/juvenil**, no período da **manhã ou da tarde**⁴⁸.

A grelha de programação exibida pela SIC, em 2019, contemplou um total de 455 programas classificados pela ERC como *infantis/juvenis*, o equivalente a 252h57m05s de emissão, ou seja, 4 % do tempo global dedicado à programação nesse ano. Esta é uma diferença a notar face à representação que este tipo de programas alcançou na grelha de 2018, em que chegou aos 8,4 % do tempo global do ano.

No que diz respeito à diversidade da programação *infantil/juvenil* em termos dos *géneros* dos programas identificados, observou-se a presença de três distintos, sendo que a representação alcançada por cada um é muito diferente, quer se considerarmos o tempo que ocupam, quer o número de programas de cada um desses *géneros*.

Tal como verificado quanto à grelha de 2018, também em 2019 sobressaem duas conclusões:

- Quando está em causa o tempo de emissão que lhes foi reservado, surgem claramente em destaque os programas de *ficção infantil/juvenil*, que representaram 66,1 % dos conteúdos dirigidos aos mais novos. Já os *desenhos animados*, segundo género mais destacado, corresponderam a 32,3 % do tempo de emissão destinado a esta programação;
- Quando se considera o número de programas emitidos, a situação inverte-se. Ou seja, verifica-se que são os *desenhos animados* a sobressair como *género infantil/juvenil* mais frequente, representando 64,8 % do total dos 455 programas, sendo que a *ficção infantil/juvenil* se fica pelos 28,8 % desses conteúdos.

A restante programação dirigida aos mais novos representa somente 1,6 % do tempo que lhe é reservado, tempo que é preenchido por 29 exhibições de programas que a ERC classifica como *educativos infantil/juvenil*.

Como curiosidade relativamente à programação para os públicos mais jovens, refira-se que desapareceu da grelha o género *telenovela infantil/juvenil*, que, na realidade, correspondia apenas a uma telenovela, “Lua Vermelha”, que esteve em exibição durante vários anos. Esse é um dos fatores que explica a redução da representação da programação infantil/juvenil verificada em 2019.

Outra continuidade que se verifica na programação que a SIC dedica aos mais novos é o facto de a função *entreter* ser aquela que é privilegiada pela quase totalidade dos programas. Essa é a função associada a 98,4 % dos programas que recebem esta classificação. Se essa prevalência por *entreter* está associada à hegemonia de *desenhos animados* e *ficção*, em que essa é a função que prevalece, também é fácil compreender que, tal como é tímida a representação de conteúdos *educativos*, a *função formar* se ficou por 1,6 % do tempo dedicado aos programas *infantis/juvenis*. Essa mesma conclusão mantém-se quando se analisa a

⁴⁸ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

frequência dos programas que privilegiam essas funções, 93,6 % dedicados a *entreter* e 6,4 % a *formar*.

No que diz respeito a obrigações específicas da SIC em relação à programação *infantil/juvenil*, recorde-se que este serviço de programas se comprometeu a exibir diariamente programas dedicados aos mais novos durante os períodos horários da manhã ou da tarde.

À semelhança do que vem sendo observado, os dados de 2019 apontam novamente para uma evidente concentração destes conteúdos no período da *manhã*: das 252h57m05s reservadas a este tipo de programas, 201h20m57s foram transmitidas no período horário que vai das 06h00 às 12h59. De notar ainda que esses conteúdos são sobretudo *desenhos animados*.

Já em termos de *periodicidade semanal* em que a programação infantil/juvenil desse ano é exibida verifica-se, uma vez mais, uma evidente concentração aos *fins de semana*. Do total global de 252h57m05s de emissão ocupados por este tipo de programas, 214h29m03s correspondem a programas transmitidos aos sábados e/ou domingos. Essa mesma conclusão mantém-se expressiva quando analisado o número programas exibidos, ou seja, dos 455 programas *infantis/juvenis* identificados, 429 tiveram transmissão aos fins de semana e 26 em dias de semana.

Assim, a grelha de programação de 2019 volta a revelar um cenário em que não denota o cumprimento do compromisso de exibição diária de programas para os mais novos, sejam nas manhãs ou nas tardes.

Sublinhe-se ainda que os programas *infantis/juvenis* transmitidos em dias de semana resumiram-se praticamente aos filmes ou sessões de cinema que a SIC transmitiu em períodos de férias escolares como a véspera e o dia de Natal, o dia 26 de dezembro, a Páscoa e em alguns dias feriados (1 de janeiro, 25 de abril e 1 de novembro).

TVI

- Emitir **diariamente** programas dirigidos ao público **infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde**⁴⁹.

A TVI incluiu 559 programas *infantis/juvenis* na sua programação de 2019, face a 588 em 2018, num total de 411h01m32s de emissão, concentradas num único género televisivo (face a três no ano anterior). A *ficção infantil/juvenil* regista assim 100 % dos conteúdos para os públicos mais novos face a 96,5 %, em 2018. Esta tendência já se vinha a verificar em anos anteriores. Os *desenhos animados*, que já apresentavam, em 2018, um valor absolutamente residual de 0,3 % (face a 27,3 %, em 2017) desapareceram da grelha da TVI, assim como as *telenovelas infantis/juvenis*, à semelhança do que já havia sucedido no ano anterior.

Em 2019, a programação *infantil/juvenil* concentrou-se, em exclusivo, na função *entreter*. Regista-se assim um empobrecimento de géneros dirigidos a este público. De acordo com o

⁴⁹ Deliberação 2/ LIC-TV/ 2007, 20 de dezembro de 2007, alínea m).

estipulado, a TVI deve incluir programas para os públicos *infantis/juvenis*, numa base diária, no período da manhã ou da tarde.

Os dados relevam que as manhãs dos fins de semana são o palco privilegiado para a exibição destes conteúdos tendo, ainda e em exclusivo a *ficção infantil/juvenil* expressão durante as manhãs dos dias de semana, mas de uma forma residual (6,6 % das manhãs e 1,9 % das tardes durante a semana).

A TVI tem conteúdos *infantis/juvenis* de manhã e de tarde, mas não o faz diariamente, na medida em que só conta com este tipo de conteúdos em 17 dias, face a 189, em 2018. Constata-se que todos os conteúdos *infantis/juvenis* transmitidos na grelha da TVI em 2019 foram reexibições de “Campeões & Detetives”, “O Bando dos 4”, “Detetive Maravilhas” e “Inspetor Max”(produzidos em 2008, 2006, 2007, respetivamente).

CMTV

A exibição de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil não é obrigação específica da CMTV, visto não constar do seu projeto editorial autorizado pela ERC e uma vez que a Lei da Televisão não prefigura deveres específicos nessa matéria.

Com efeito, a CMTV não exhibe qualquer programação especificamente dirigida ao público infantil/juvenil. No entanto, verificou-se que são emitidos em horários de grande audiência do público infantil, designadamente o período matinal ao fim de semana, alguns programas de entretenimento adequados para essa faixa etária (por exemplo, o programa de *infotainment* “Hora de Estimação”).

▪ DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO CULTURAL/CONHECIMENTO

RTP1

- Transmissão de **programas de carácter cultural**⁵⁰;
- Espaços regulares de difusão de **documentários originais**, focando a realidade **social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa**⁵¹;
- Espaços regulares de **divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas**; (...); Espaços regulares com **grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido**, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas; Espaços regulares dedicados à música portuguesa⁵²;
- Periodicidade **semanal** para os programas de **divulgação cultural**; **Mensal**, para os programas de **documentários** (...); **Bimestral**, para os **grandes espetáculos culturais ou artísticos** e para os programas dedicados à música portuguesa⁵³.

A RTP1 exibiu 728 programas enquadrados nos culturais/conhecimento, distribuídos por seis géneros e 532h18m02s de emissão/ano. Em 2019, os *espetáculos* e os *documentários* são os

⁵⁰ CCSPRT, cláusula 9.ª, n.º 1, alínea c).

⁵¹ CCSPRT, cláusula 9.ª, n.º 6, alínea f).

⁵² CCSPRT, cláusula 9.ª, n.º 9, alíneas a) a d).

⁵³ CCSPRT, cláusula 9.ª, n.º 10, alíneas b) a d).

mais relevantes, ocupando um número semelhante de horas da categoria, seguindo-se, por esta ordem, *Informação/magazine cultural, programas educativos e humanidades*.

Enquanto serviço de programas do operador público de televisão, a RTP1 deve apresentar uma programação de referência, qualitativamente exigente e que valorize cultural e educacionalmente os cidadãos, estimule a criatividade e promova o experimentalismo audiovisual. O CCSPRT refere que a RTP1 deve satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público, com a transmissão de programas culturais, espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa, de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas, grandes espetáculos culturais ou artísticos, em direto ou diferido, designadamente óperas, concertos, peças teatrais, bailados ou outras artes performativas, e espaços dedicados à música portuguesa.

A periodicidade dos programas de divulgação cultural deve ser semanal; dos documentários mensal; dos grandes espetáculos culturais ou artísticos e para os programas dedicados à música portuguesa deve ser bimestral.

Em 2019, os programas de *informação cultural* – “Janela Indiscreta” e “Todas as Palavras” –, somam 102 exibições e 60h03m12s de emissão, superando o requisito de regularidade semanal para este tipo de programas. A presença de documentários também garante a regularidade mensal. No contexto cultural, a RTP1 exibiu 160 espetáculos, superando a regularidade mensal exigida.

RTP2

- Compreende uma programação de **forte componente cultural e formativa**, aberta à **sociedade civil**⁵⁴;
- Assegurar de forma coerente uma **programação cultural de qualidade e distinta** dos demais serviços de programas televisivos de serviço público, em conformidade com o Projeto Estratégico a submeter pelo Conselho de Administração ao Conselho Geral Independente e a aprovar por este⁵⁵;
- Constituir uma **alternativa** à oferta da RTP1, bem como **às ofertas de programação cultural do mercado**, difundindo conteúdos audiovisuais que confiram **visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público** e que desta forma constituam um meio complementar de cumprimento da vocação universal do serviço público⁵⁶;
- Conceder particular relevo na sua programação ao princípio da **inovação**, privilegiando a **criatividade**, a **originalidade** e o **sentido crítico**⁵⁷;
- Valorizar a **educação**, a **ciência**, a **investigação**, a **saúde**, a **ação social**, a **igualdade de género**, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o **ambiente** e a **defesa do consumidor**, entre outros, com abertura à **participação das entidades** correspondentes na sua programação⁵⁸.

⁵⁴ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 1.

⁵⁵ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 2.

⁵⁶ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 3.

⁵⁷ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 4.

⁵⁸ CCSPRT, cláusula 10.ª, n.º 5.

A RTP2 exibiu 2952 programas classificados como *culturais/conhecimento*, correspondendo a 1512h31m55s de emissão e sete géneros televisivos.

O *documentário* é o género mais extenso (32,4 %) e a *informação cultural* o mais frequente (33,3 %).

A RTP2 deve ter uma forte componente cultural e formativa e abertura à sociedade civil, assegurar uma programação cultural de qualidade e distintiva dos demais serviços de programas do operador público, constituindo-se como uma alternativa à oferta da RTP1 e às ofertas de programação cultural do mercado, difundindo conteúdos audiovisuais que confirmam visibilidade a temas, causas e ideias com interesse para segmentos diversificados do público. Deve conceder particular relevo à inovação, privilegiando a criatividade, a originalidade e o sentido crítico, valorizando a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, as confissões religiosas, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

Verifica-se que os programas de *cultura/conhecimento* estão entre os mais valorizados na programação da RTP2, tanto em volume horário como em frequência de emissões – o que a distingue dos outros serviços de programas generalistas em análise.

SIC

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais⁵⁹;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de **audiência não reduzida** e com periodicidade **regular**.⁶⁰

Ao analisar a grelha de programação da SIC referente a 2019 verificou-se que a programação de *cultura/conhecimento* equivaleu a 252 programas (3,8 % do total de 6583 programas emitidos no ano). Em tempo de emissão, esses programas corresponderam a um total de 151h04m14s, isto é, 2,4 % do tempo global de programação do ano.

Em termos de diversidade dos géneros presentes nesse tipo de programas, observa-se a presença de seis dos sete géneros considerados na grelha de classificação utilizada pela ERC. No entanto, tal como observado em relação a outro tipo de programação, também neste caso, a representação que esses seis géneros alcançaram é muito distinta, quer em tempos de emissão, quer em número de programas exibidos. Sobressaem sobretudo o género

⁵⁹ Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

⁶⁰ Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea n). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

documentário e o género *informação cultural/magazine cultural*, ambos com uma representação muito semelhante em termos de tempo de emissão, respetivamente 44,3 % (o equivalente a 66h58m48s) e 40,3 % (o equivalente a 60h53m34s).

Recorde-se que em 2018 a hegemonia desses dois géneros da programação cultural/conhecimento da SIC havia sido destronada devido à transmissão do “Dr. Saúde”, um programa diário que a ERC, atendendo aos objetivos do mesmo, decidiu classificar como “Ciência”, ainda que observando que o mesmo tinha um formato típico do entretenimento. Em 2019 esse programa não voltou a ser transmitido pelo serviço de programas.

Quanto aos restantes quatro géneros identificados entre os programas englobados no *macrogénero cultural/conhecimento*, verifica-se que o terceiro que alcançou maior representação em termos do tempo que ocupou foi o *género espetáculo*, com 11,9 % do tempo dedicado a essa programação, o correspondente a um total de dez espetáculos transmitidos. Já em frequência de programas exibidos, o terceiro género que alcança maior representação é o educativo, que, na prática, corresponde a 45 exibições do programa “Economia com quem sabe”, que em termos de tempo de emissão representam somente 0,7 % do tempo global reservado à programação cultural e de conhecimento.

Além dos géneros já referidos, foi identificada uma presença residual de programas que a ERC classificou com os géneros *Humanidades* e *Artes e Media*. Na realidade foram apenas dois programas (um deles com reexibição), a ficção documental “Hora da Liberdade” (sobre o 25 de Abril) e o *making of* da telenovela da SIC “Nazaré” (que foi exibido duas vezes).

No que diz respeito às principais funções que se associam aos programas de *cultura/conhecimento* identificados na grelha da SIC, em 2019, conclui-se que em 85,6 % do tempo que ocuparam foi valorizada a função *informar*. Além da evidente hegemonia dessa função privilegiada por este tipo de programas, observa-se que a função *entretêr* foi a mais valorizada em 11,9 % do tempo dedicado a essa programação e a função *formar* ficou-se por 2,5 % desse tempo. Os dez espetáculos já referidos foram responsáveis pela função *entretêr* e o programa “Economia com quem sabe” e a ficção documental “Hora da Liberdade” privilegiaram a função formativa dos públicos.

A propósito da formação e informação dos públicos, é importante lembrar que essa é uma obrigação da SIC. Enquanto serviço de programas generalista, é exetável que o faça, nomeadamente através da exibição de conteúdos relacionados com a cultura e o conhecimento, refletindo os interesses gerais e diversificados do público na sua programação, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais. A este respeito, recorde-se que é seu compromisso contemplar programas de natureza cultural e formativa, nomeadamente, obras de criação documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade regular.

Relativamente ao período horário privilegiado pela SIC para a transmissão da sua programação de *cultura/conhecimento* sobressai o período da manhã (06h00-12h59), que captou 104h48m38s das 151h04m14s que essa programação ocupou ao longo do ano. Esse resultado deve-se sobretudo aos dois programas de *documentário* que o serviço de programas vem exibindo ao longo de vários anos nessa faixa horária aos fins de semana: “O nosso Mundo” (aos sábados) e “Vida Selvagem” (aos domingos).

As noites/madrugadas (23h00-05h59) surgem como a segunda faixa horária com mais horas de programação cultural, 39h54m34s, das quais 22h38m34s foram ocupadas pelo programa “Cartaz Cultural” (um *magazine* cultural de cerca de 30 minutos que a SIC exibiu às quintas-feiras, geralmente cerca das duas horas da madrugada) e 08h32m33s pelo “Original é a cultura” (um programa de aproximadamente 40 minutos, em estreia em 2019, exibido maioritariamente perto das duas das madrugada).

TVI

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, **culturais** e sociais⁶¹;
- Emitir programas de natureza **cultural e formativa**, nomeadamente, obras de criação **documental, teatral, cinematográfica e musical, depois das 23 horas**, em horário de audiência não reduzida e com periodicidade **regular**⁶².

cultura/conhecimento, que somaram 57h51m29s de emissão, correspondendo a quatro géneros televisivos: *artes e media* (78,0 %), *espetáculo* (12,5 %) *educativo* (7,4 %), e *informação/magazine cultural* (2,1 %).

A manutenção do programa “Minuto Seguro” é responsável pelo acentuado incremento do número de programas de *cultura/conhecimento* e dá ao género *educativo* o predomínio dos conteúdos culturais, cuja função principal é *formar*, mantendo, em 2019, as 52 edições semanais do programa “Autores”, no género *artes e media*, no segundo lugar dos conteúdos culturais, cuja função principal é *informar*. Quatro espetáculos partilham a função *entretener* (“Ágata ao Vivo”, com reexibição, “Concerto Leandro” e “Corrida do Emigrante”). A *tarde* é o período horário de eleição destes conteúdos, uma vez mais devido ao programa “Minuto Seguro”, continuando a noite/madrugada como o período de exibição do programa “Autores”, em média a partir da 00h50m, à quinta-feira.

Enquanto operador licenciado para o exercício da atividade televisiva, a TVI deve ter uma programação diversificada, providenciando a emissão regular de conteúdos culturais e formativos, como obras de criação documental, teatral, cinematográfica ou musical, depois das 23 horas, mas em horário de audiência não reduzida.

Os resultados de 2019, à semelhança do ano anterior, evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da TVI.

⁶¹ Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

⁶² Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea n). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

CMTV

- Promover “os novos valores portugueses, exibindo em estreia **documentários, novas bandas e peças de teatro**”.

Aos operadores de televisão é requerido, por imposição geral da Lei da Televisão, que contribuam para a formação e informação dos públicos, através da exibição de conteúdos relacionados com a cultura e o conhecimento.

Em 2019, a CMTV exibiu 88h38m40s de emissão, correspondendo a três géneros televisivos: *ciência*, *documentário* e *artes e media*. Este volume horário representa 1,1 % do tempo total de programação deste serviço de programas, o que é claramente uma presença marginal. Uma grande parcela deste tempo (78 horas) corresponde à emissão do programa “Falar Global”.

Ainda que não impendam sobre a CMTV deveres relativos ao horário de exibição destes programas, verificou-se que dois terços destes conteúdos são emitidos no horário noite/madrugada, frequentemente após as 02h30, o que mais prejudica a visibilidade dos programas de cultura e conhecimento neste serviço.

Acresce que é obrigação específica da CMTV, conforme estipulado no seu projeto editorial aprovado pela ERC, «promover os novos valores portugueses, exibindo em estreia documentários, novas bandas e peças de teatro»⁶³ e que não foram identificados espaços autónomos desta natureza na programação emitida em 2019 por este serviço de programas.

Há, no entanto, a assinalar a estreia do programa “Língua Mãe”, classificado sob o género *artes e media*, cujo conteúdo se aproxima mais do estipulado nesta obrigação: «realizado em parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores, “Língua Mãe” é o novo programa da CMTV sobre artes e cultura. Tendo a língua portuguesa como denominador comum, Carlos Alberto Moniz vai mostrar-lhe o que de melhor se tem feito na música, na moda, no cinema, nos livros e no palco no vasto universo da lusofonia.»⁶⁴

Estes resultados evidenciam uma diversidade muito reduzida de conteúdos de índole cultural e formativa na programação anual da CMTV em 2019, tendo esta ficado aquém das suas obrigações específicas nesta matéria.

⁶³ Deliberação 6/AUT-TV/2012, de 24 de outubro de 2012 (Pedido de autorização para o exercício da atividade de televisão através de um serviço de programas televisivo generalista de cobertura nacional e acesso não condicionado com assinatura denominado *Correio da Manhã TV*).

⁶⁴ Descrição no site do operador: <https://www.cm-tv.pt/programas/especiais/lingua-mae> (consultado a 1 de julho de 2020).

▪ DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DE PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE CULTURAL E INTERESSES DE GRUPOS MINORITÁRIOS

RTP geral (RTP1 e RTP2):

- Fornecer uma **programação variada e abrangente**, que promova a **diversidade cultural** e tenha em conta os **interesses das minorias**;⁶⁵
- Garantir a transmissão de **programas de carácter cultural, educativo e informativo** para públicos específicos, incluindo os que compõem as **diversas comunidades imigrantes em Portugal**;⁶⁶
- A possibilidade de **expressão e debate** das **diversas correntes de opinião, designadamente** de natureza política, **religiosa** e cultural;⁶⁷
- Fornecer uma **programação variada, diferenciadora e abrangente**, que **promova a diversidade cultural e tenha em conta os interesses das minorias**;⁶⁸
- Garantir que os **espaços de informação** dos serviços de programas contribuem para a **sensibilização dos públicos para as questões da integração**, igualdade de género, **coesão social e interesses das minorias**;⁶⁹
- Emitir programas destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos **nacionais de países de língua portuguesa**;⁷⁰
- Ceder **tempo de emissão às confissões religiosas**.⁷¹

RTP2:

- Valorizar a educação, a ciência, a investigação, a saúde, a ação social, a igualdade de género, a divulgação de causas humanitárias, o desporto amador e o desporto escolar, **as confissões religiosas**, o ambiente e a defesa do consumidor, entre outros, com abertura à participação das entidades correspondentes na sua programação.

SIC e TVI:

- Contemplar na sua programação os **interesses gerais e diversificados do público**, incluindo **grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais**.⁷²

RTP1

Em 2019, a RTP1 exibiu apenas oito programas de promoção da diversidade cultural e dos interesses de grupos minoritários residentes no território nacional, que somaram 1h03m41s de emissão.

⁶⁵ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea a).

⁶⁶ Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, e pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho), artigo 51.º, n.º 2, alínea e).

⁶⁷ Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, 6 de março de 2015, cláusula 4.ª, n.º 2, alínea f).

⁶⁸ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea a).

⁶⁹ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea f).

⁷⁰ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea k).

⁷¹ CCSPRT, cláusula 6.ª, n.º 2, alínea n).

⁷² Deliberação 2/LIC-TV/2007, de 20 de dezembro de 2007, alínea h). Ver também Deliberações 1/LIC-TV/2012 e 2/LIC-TV/2012, de 30 de outubro e Relatórios da segunda avaliação intercalar da licença de emissão do serviço de programas generalista com cobertura de âmbito nacional SIC e TVI - quinquénio 2012-2016 (artigos 23.º e 97.º, n.º 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), aprovados a 19 de dezembro de 2018.

Esses programas/títulos resumiram-se a oito edições dos desenhos animados educativos “Paula” (no contentor “Zig Zag”), face a 74 no ano anterior. O programa “Consigo”, que, já em 2018, teve apenas uma edição, está ausente da grelha da RTP1 em 2019.

Verifica-se, assim, uma diminuição assinalável destes programas face ao ano anterior.

RTP2

Em 2019, a RTP2 mantém-se como o serviço de programas generalistas de acesso não condicionado livre com mais conteúdos vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural, com 1013 exibições, o equivalente a 295 horas de emissão. Após o recuo sucessivo, nos últimos anos, no total de horas de emissão, em 2019, verificou-se uma estabilização deste indicador.

Os programas identificados distribuem-se por sete *géneros* de programas: *religioso, serviço noticioso, espetáculo, documentário, humanidades e educativo infantil/juvenil e informação desportiva*.

Os espaços dedicados a confissões religiosas são os mais destacados na programação dirigida a grupos minoritários e a promover a diversidade, como é dever do segundo serviço de programas generalista⁷³. “A Fé dos Homens” é o programa que, com periodicidade diária, mais concorre para a promoção da diversidade cultural na vertente da religião, com 134h48m11s. Conforme se pode ler no site do operador, “A Fé dos Homens” é um «espaço dedicado às diferentes religiões reconhecidas em Portugal e instituídas através de uma Igreja própria»⁷⁴.

O serviço noticioso “Repórter África” ocupa a segunda maior parcela nos programas que respondem de modo mais direto às exigências de diversidade social e cultural na programação da RTP2, com 261 edições deste *serviço noticioso*, num total de 117h05m24s.

SIC

De modo a averiguar o cumprimento pela SIC da sua obrigação de refletir os interesses gerais e diversificados do público na sua programação, incluindo os interesses de grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais, foram identificados os programas que têm essa finalidade entre os seus principais objetivos.

Em termos globais, os programas com essas características identificados na análise representam 3,6 % do tempo global dedicado à programação de 2019, o equivalente a 227h35m54s, que, na realidade, correspondem a dois programas que a SIC manteve em exibição.

Um desses programas é o *talk show* “Alô Portugal”, destinado às comunidades portuguesas no estrangeiro que estreou na SIC generalista em 2018, mas que é exibido há vários anos na SIC Internacional. No total do ano, este programa contabilizou 197h53m27s e foi exibido 258 vezes ao longo de todo o ano, de segunda a sexta-feira, no período da manhã, cerca das 9h15m.

⁷³ LTSAP, art.º 54º.

⁷⁴ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p1115> (consultado a 31 de maio de 2019).

O outro é o *magazine informativo* semanal “Etnias”, com transmissão aos sábados, cerca das 06h00. O programa teve 52 apresentações em antena e somou 29h42m27s de emissão anual, para uma média de pouco mais de 30 minutos por edição.

TVI

Na sua programação, a TVI deve refletir os interesses gerais e diversificados do público, incluindo grupos minoritários, étnicos, religiosos, culturais e sociais.

No que se refere à programação destinada especificamente a grupos minoritários representados na sociedade portuguesa, mantém-se a exibição semanal do *magazine informativo* “Todos Iguais” – reintroduzida em 2018 –, com dez exibições ao domingo e as restantes 42 à segunda-feira, pelas 06h30.

CMTV

A exibição de programação que vise especificamente promover a diversidade cultural e os interesses de grupos minoritários não é uma obrigação específica do serviço de programas CMTV.

Da análise realizada, não se identificou qualquer espaço autónomo de programação especificamente vocacionado para esse propósito.

▪ PRINCIPAIS CONCLUSÕES

RTP1 e RTP2

A RTP1, como principal serviço de programas generalista do operador público de televisão, exibe uma programação que se distribui fundamentalmente por três grandes macrogéneros – *entretenimento, informativos e ficção*, enquanto a RTP2 complementa aquele serviço com uma programação em que os conteúdos *infantis/juvenis* têm o maior peso, seguidos de *informação* e, em terceiro lugar, programas de pendor *cultural/conhecimento*.

A difusão de programação diversificada e plural em horários de maior audiência integra o rol das obrigações gerais dos serviços de programas generalistas. Novamente, em 2019, verificou-se que a RTP1 e a RTP2 são os serviços de programas que oferecem maior diversidade de conteúdos neste horário.

Quanto aos programas *informativos*, a RTP1 cumpriu os requisitos em matéria de emissão diária de três blocos de noticiários, emissão semanal de programas de *debate* e *entrevista* e quinzenal de programas de *grande reportagem*.

Ambos os serviços de programas apresentam conteúdos para corresponder às quatro *funções* televisivas previstas na análise. De entre todos os serviços de programas generalistas, é na RTP2 que a função *formar* tem expressão horária mais destacada. A RTP2 assegura, como é sua obrigação, espaços de informação diários que tratem matérias da atualidade nacional, regional e internacional, nomeadamente culturais.

É também a RTP2 que assegura a grande parcela das incumbências relativas à formação e ao entretenimento dos públicos infantis e juvenis.

Em matéria de programação de cultura e conhecimento, a RTP1 cinge-se sobretudo a *espetáculos, documentários e informação cultural*. Já na programação da RTP2, os programas de *cultura/conhecimento* estão entre os mais valorizados na grelha – apresentando-se, assim, como uma alternativa à programação cultural oferecida pelos outros serviços de programas, em harmonia com as exigências que se lhe aplicam.

A RTP2 destaca-se como o serviço de programas generalistas de acesso não condicionado livre com mais conteúdos vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural.

Apreciados estes elementos gerais da programação da RTP1 e da RTP2, considera-se que, em 2019, as opções de programação dos dois serviços de programas do operador público de televisão são coerentes com os requisitos dos serviços de programas generalistas, verificando-se que proporcionam a complementaridade preceituada no contrato de concessão em vigor.

SIC

Ao apreciar os resultados que, à luz da análise da metodologia utilizada, permitem caracterizar a grelha de programas emitidos, considera-se que, em 2019, as opções de programação da SIC apenas parcialmente são coerentes com os requisitos exigidos a um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

Com efeito, apesar de terem sido classificados programas em 25 das 39 categorias de géneros consideradas, é evidente a concentração da programação da SIC sobretudo em dois desses géneros (*serviços noticiosos e talk shows*), se tivermos em conta o tempo de emissão, e em três (*serviços noticiosos, talk shows e telenovelas*), considerando o número de programas exibidos.

É igualmente observável que, no caso de 13 dos géneros identificados, a sua representação individual não chega a 0,5 % do tempo de programação do ano.

Também ao nível das funções que os programas emitidos neste ano tenderam a privilegiar se observa uma clara tendência para exibir programas que se destinam a *entretêr* os públicos. Com efeito, recorde-se que 72,8 % do tempo dedicado à programação de 2019 teve essa função. Inversamente, o tempo e o número de programas emitidos destinados à formação desses públicos são claramente residuais, o que se afasta manifestamente dos compromissos de diversidade exigíveis a este serviço de programas.

Além disso, se considerarmos as obrigações de diversidade da SIC relativamente a determinados tipos de programação há resultados que se evidenciam por denotarem falta de diversidade:

- É notório que mais de metade do tempo de emissão que coincide com período de *horário nobre* é ocupado pelas edições do serviço noticioso “Jornal da Noite”, sendo que 24,5 % desse tempo é preenchido com a exibição de *telenovelas*;

- A *informação* da SIC é dominada pelos *serviços noticiosos*. Ao mesmo tempo o compromisso com a exibição de programas autónomos de entrevista e de debate não é acautelado, na medida em que não existem conteúdos com esse formato;
- A *programação infantil/juvenil*, que deve ser exibida diariamente nas manhãs ou nos períodos da tarde (em horários em que os públicos a que se destinam estejam disponíveis), na realidade apresenta uma representação diminuta, concentrando-se sobretudo nas manhãs dos fins de semana. Os dias de semana com programação para os mais novos ficam quase reduzidos ao período de Natal (24,25 e 26 de dezembro), ao dia de Páscoa e a dias feriados. Acresce que a maioria dos programas destinados aos mais novos privilegia sobretudo a função *entreter*;
- Os programas de *cultura e conhecimento*, além de terem uma expressão manifestamente diminuta, concentram-se sobretudo em dois programas de documentário exibidos aos fins de semana de manhã e a dois *magazines* culturais exibidos em dias de semana perto das duas horas da madrugada.

TVI

Apreciados estes elementos gerais da programação da TVI, considera-se que, em 2019, as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com os requisitos de um serviço de programas generalista de um operador licenciado para o exercício da atividade televisiva.

As grelhas de emissão da TVI abrangem diferentes géneros televisivos, 24 no total, face a 29 no ano anterior ainda que alguns géneros estejam muito pouco representados e, em contrapartida, os conteúdos de *entretenimento* tenham uma projeção clara na programação, destacando-se em número e tempo de emissão.

A elevada concentração do tempo de emissão de horário nobre em dois géneros – telenovela e serviço noticioso afeta a diversidade pretendida também neste horário.

A TVI fica próxima do cumprimento da obrigação de emissão de três serviços noticiosos diários – com um rácio de 2,8 programas emitidos por dia, considerando na sua contabilização não só os noticiários como os *magazines* informativos diários. Mais distante da meta a que está obrigada no domínio da informação, a TVI continuou a não emitir semanalmente debates e entrevistas como espaços autónomos de programação, continuando a optar por integrar os dois subgéneros nos noticiários.

A TVI tem a obrigação de emitir diariamente conteúdos *infantis/juvenis*, de manhã ou de tarde. Porém, verificou-se que esta emissão, ainda que regular (sobretudo aos fins de semana), não é diária, já que só aconteceu em 17 dias, face a 109 dias de 2018. Limitada é também a expressão na grelha da TVI de programas de índole cultural e formativa e, mais ainda, a de programas vocacionados para os grupos minoritários e a promoção da diversidade social e cultural.

CMTV

Apreciados estes elementos gerais da programação da CMTV, considera-se que, em 2019, as opções de programação são apenas parcialmente coerentes com a oferta de uma programação diversificada e plural, incluindo nos horários de maior audiência, como é requisito de um serviço de programas generalista de cobertura nacional. Com efeito, as características da

programação emitida pela CMTV, em 2019, continuam a aproximar-se mais do perfil de grelha de um serviço de programas temático informativo.

Os conteúdos de informação têm uma clara predominância na grelha da CMTV, como preconizado na sua autorização. Ainda assim, como serviço de programas generalista, cabe à CMTV apresentar uma programação diversificada e dirigida à globalidade do público, pelo que cumpre, assim, sublinhar a sub-representação ou ausência de alguns géneros de programas, conforme identificado acima.

3. DIVERSIDADE DA PROGRAMAÇÃO DO SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO INFORMATIVO DA RTP - RTP3

- **Prestação especializada de informação** nas suas diferentes formas, designadamente **documentários, reportagens, noticiários e debates**, acerca de **temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social**, devendo fornecer uma informação de referência e alternativa face à oferta de mercado
- A par da **informação nacional e internacional**, uma **vocação de proximidade**, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a **temas com interesse para regiões e comunidades específicas**, tendencialmente e sempre que possível através de **janelas de programação com este propósito**.
- Assegurar a difusão, no território nacional, de **programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional**.⁷⁵

Globalmente, em 2019, a RTP3 exibiu um total de 12 619 programas correspondentes a um tempo de emissão de 8226h43m40s.

Diversidade de (macro)géneros dos programas emitidos

No que diz respeito à diversidade inerente à grelha de programação emitida pela RTP3, importa começar por notar que, à semelhança do ano anterior, foram identificados programas que podem ser classificados em cinco das sete grandes categorias de *macrogéneros* consideradas na avaliação efetuada pela ERC:

- *Informativo;*
- *Cultural/conhecimento;*
- *Desportivo;*
- *Entretenimento;*
- *Institucional/religioso.*

O mesmo é dizer que o serviço de programas apenas não exibiu programas classificados com os *macrogéneros ficção e infantil/juvenil*.

Conforme seria expectável a um serviço de programas temático que tem uma vocação declaradamente informativa, observa-se que a RTP3 continua a reservar a maior parte da sua

⁷⁵ Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, 6 de março de 2015, Cláusula 13.ª Serviço de programas temático informativo, n.º 1, 2 e 4.

grelha de emissão a programas informativos, conclusão que é verificável quer quando se analisa o tempo de emissão que lhes foi dedicado, quer a frequência dos programas emitidos.

Em tempo de emissão, os programas classificados como *informativos* representaram 82,5 % do tempo de programação (correspondentes a 6784h10m17s) e 70,3 % do número de programas/edições de programas exibidos (equivalentes a 8869 edições de programas).

Ao analisar-se a diversidade da programação a um nível micro, isto é, ao nível dos diferentes *géneros informativos* identificados ao classificar os programas emitidos, sobressai de imediato que os *serviços noticiosos* mantêm-se claramente como o *género* mais destacado na programação da RTP3, uma vez mais, quer em tempo de emissão (45,2 % do tempo global), quer em número de exibições (41,6 % do total de programas do ano, ou seja, 5254 dos 12 619 programas contabilizados).

Ao todo, foram identificados 23 programas que a ERC classifica como *serviços noticiosos*. Os que ocuparam mais tempo na grelha da RTP3 foram, tal como em 2018: em primeiro lugar o “Notícias 18/20”, seguido do “24 horas” e do “Jornal das 12”. De notar que, quando se considera o número de edições exibidas o “Notícias 18/20” passa a ser o 12.º *serviço noticioso* com maior número de edições, o que permite perceber a diferença entre uma análise baseada em duração global e na frequência de programas emitidos.

Também é de salientar que os programas classificados como *magazines informativos* surgem como os segundos programas informativos mais destacados na programação da RTP3. Tal como no caso dos *serviços noticiosos*, essa segunda posição ocupada pelos *magazines informativos* é verificável quer quando se considera a percentagem do tempo de programação do ano que ocupam (18,6 %), quer considerando a percentagem de exibições que somam (15,2%). Relativamente a este resultado, é de notar que o mesmo se fica a dever maioritariamente, tal como em anos anteriores, à emissão do *magazine* “Bom dia Portugal”, cujas 364 edições equivaleram a um total de 1002h03m15s, ou seja, 12,2 % do total de 8226h43m40s emitidas em 2019.

Sobretudo pelo tempo de programação do ano que ocuparam (13 %), é ainda de destacar o género informativo *debate*. Foram identificados 859 programas com essa classificação em termos de género, os quais se traduziram em 1066h25m29s de emissão, sendo, neste caso, de salientar a influência do programa “360º” para este resultado.

Géneros informativos como a *reportagem* e a *entrevista* também surgiram autonomamente na grelha deste serviço de programas, sendo que as primeiras não ocuparam mais do que 3,6 % do tempo anual da programação e as entrevistas não foram além dos 1,1 %. No caso das reportagens, o programa “Linha da Frente” foi o que ocupou maior percentagem do tempo de emissão, seguido do “Outras Histórias”, um programa que é uma das estreias na grelha de 2019. Já no caso dos programas de entrevista é sobretudo o “Grande Entrevista” que se destaca quer em tempo, quer em exibições.

Os programas classificados como *edições especiais* ocupam a sexta posição dos sete géneros informativos identificados na grelha da RTP3, com um total de global 54 edições, equivalentes a 77h24m51s, ou seja, 0,9 % do tempo global dedicado à programação. Relativamente a este tipo de programas, importa notar que uma parte das edições especiais desse ano esteve

relacionada com a cobertura dos atos eleitorais que marcaram 2019 (as eleições europeias, em maio, e as legislativas nacionais, em outubro).

Ainda no que diz respeito aos programas de *género informativo* é de notar que os programas autónomos de *comentário* (sem considerar, neste resultado, o *comentário desportivo* que é uma categoria de análise específica, nem os espaços de comentário que são apresentados nos *serviços noticiosos*) tiveram uma representação residual na grelha da RTP3, não indo além dos 0,1 % (correspondente a 07h18m58s) do tempo global ocupado pela programação anual. Neste caso é de salientar que do total de nove programas que receberam a classificação de comentário, dois também se relacionaram com as eleições legislativas nacionais de 2019 e os restantes foram dedicados aos balanços do ano (em termos mundiais, nacionais e no que diz respeito à economia em particular).

Retirando o foco da esperada hegemonia dos programas informativos, verifica-se que o segundo *macrogénero* que continuou a ter maior destaque é o *cultural/conhecimento*, que ocupou 12 % do tempo global da programação em 2019 e que, quando considerado o número de programas englobados nessa categoria (2835), chega aos 22,5 % do total de programas emitidos pela RTP3.

Analisando em maior detalhe a programação de *cultura e conhecimento* verifica-se que foram identificados programas que, pelas suas características, podem ser classificados em seis géneros televisivos distintos.

Quando comparada a presença desses seis géneros na grelha da RTP3, verifica-se que a *informação cultural (magazines culturais)* e os *documentários* voltaram a sobressair, sobretudo pelo número de horas que representaram, respetivamente 374h18m14s e 320h24m28s. Para o resultado da informação cultural contribuíram sobretudo os programas “Janela Indiscreta” e “Todas as palavras”, enquanto no caso dos documentários se fica a dever maioritariamente à exibição do programa “Doc 3”.

No que diz respeito a uma análise mais centrada na programação *desportiva* deste serviço de programas verifica-se que a mesma contabilizou 5,5 % do tempo global da programação do ano.

Um resultado que sobressai igualmente é que são sobretudo dois os géneros de programas desportivos mais destacados, o *comentário desportivo* e a *informação desportiva*. De notar que o primeiro surge como o tipo de programas *desportivos* que ocupa mais tempo de emissão, sendo que os programas de *informação desportiva* foram os mais frequentes dentro deste tipo de programação.

Em relação a este dois géneros importa salientar que estes resultados só refletem a sua presença na grelha enquanto programas autónomos, isto é, não englobam a *informação desportiva* e os espaços de *comentário desportivo* que surgem inseridos nos *serviços noticiosos*. Com efeito, a este respeito é de notar que muitos dos noticiários deste serviço de programas têm momentos quase exclusivamente dedicados ao desporto em que participam comentadores desportivos.

Quanto aos programas englobados nos restantes dois *macrogéneros* identificados, observa-se que tiveram uma presença manifestamente residual. O *entretenimento* ficou-se por 0,1 % desse tempo e os programas classificados como *institucionais/religiosos* representaram cerca de 17 minutos das 8226h43m40s emitidas.

Diversidade e funções da programação

Devido à vocação informativa que define a natureza temática deste serviço de programas não surpreende que 98,0 % do total de horas da sua programação tenham privilegiado a função *informar*. Com efeito, somente 1,2 % do tempo global ocupado pelos programas da RTP3 foi destinado à função *formar* e 0,8 % à função *entretêr*.

Relativamente aos programas da grelha de 2019 que se considera que privilegiam a formação dos públicos, é de referir que foram identificados dois, ambos já estreados em anos anteriores. Um foi o “Visita Guiada”, que teve um total de 162 exposições, equivalentes a 93h19m17s. O outro foi o programa educativo “Risco e Prevenção”, uma rúbrica com cerca de três minutos que ensina regras sobre a prevenção de diversos riscos. Ao longo do ano foram realizadas 85 exposições de edições deste programa (equivalentes a 04h25m51s).

A função *entretêr* esteve presente maioritariamente graças a transmissões de competições desportivas, sobretudo de ciclismo. No seu conjunto as *transmissões desportivas* totalizaram cerca de 50h12m40s, ou seja, 0,6 % do tempo total de programação do ano.

Considerando a obrigação constante no Contrato de Concessão do operador de serviço público de rádio e televisão segundo a qual a RTP3 deve assegurar a «difusão, no território nacional, de programação produzida e difundida pelos serviços de programas de âmbito regional», continuaram a ser os serviços noticiosos regionais, “Telejornal Açores” e “Telejornal Madeira”, os programas com essas características identificados na grelha de programação.

No entanto, tal como vem sendo notado em várias edições do Relatórios de Regulação, a RTP3 manteve a transmissão desses serviços noticiosos sobretudo no período *noite/madrugada* ou, no caso de 13 edições do “Telejornal Açores”, na primeira hora do *período da manhã*, facto que evidencia que, apesar do cumprimento formal do requisito contratual, estes programas continuam a ser relegados para uma faixa horária em que há expectativa de menor audiência.

Outro aspeto caracterizador da grelha de programação da RTP3 que se mantém relativamente semelhante são os programas vocacionados para a atualidade do continente africano, nomeadamente os *serviços noticiosos*, produzidos em colaboração com as redações da RTP sediadas nesse continente.

Com maior destaque em termos de duração e de número de edições surge a segunda edição do “Repórter África” (2.ª edição), seguido do “Zoom África” e do “África 7 Dias”. De referir ainda a manutenção da exibição do *magazine informativo* “África Global”. Além desses programas, há ainda que referir a estreia, em 2019, do programa “Terra Príncipe”, um conjunto de reportagens que teve estreia na grelha em maio, «(...) mês dedicado à ilha do Príncipe, que

celebra os 100 anos da comprovação da Teoria da Relatividade de Albert Einstein (...)», conforme refere a sinopse do programa⁷⁶.

4. METODOLOGIA

A análise contempla o universo das grelhas de programas de 2019 dos três serviços do operador público de televisão – RTP1, RTP2 e RTP3 – e dos três operadores licenciados SIC, TVI e CMTV, com o modelo de análise a alicerçar-se nos dois conceitos operativos já referenciados – *género televisivo* e *função da programação*.

Importa começar por referir que a unidade de análise corresponde aos **programas**, entendidos como espaços de programação que se apresentam nas grelhas de emissão como elementos autónomos, identificados por um genérico inicial e um genérico final próprios e distintivos dos demais programas e outros elementos da emissão.

Por **géneros** entende-se as diferentes tipologias de programas, cujos formatos se encontram relativamente padronizados, considerando o seu conteúdo temático, a forma de conceção/apresentação, a intencionalidade que lhe é dada pelo programador e/ou públicos-alvo a que se destinam.

Em termos concetuais, a identificação dos géneros televisivos realizada pela ERC faz-se a dois níveis. Um primeiro nível abrange **sete grandes categorias de macrogéneros**: 1) *informativo*; 2) *desportivo*; 3) *ficção*; 4) *infantil/juvenil*; 5) *entretenimento*; 6) *cultural/conhecimento*; 7) *institucional/religioso*.

Os sete *macrogéneros* mencionados subdividem-se em **39 géneros**. A título de exemplo, o *macrogénero informativo* é composto pelos seguintes sete géneros: *serviço noticioso*, *reportagem*, *debate*, *entrevista*, *comentário*, *edição especial*, *magazine informativo* e *boletim meteorológico*.

Também é aplicado o conceito de **função**, que pretende traduzir a intencionalidade preponderante de um programa televisivo a partir do seu conteúdo e aferir a finalidade prosseguida pelo programador a partir da inclusão e o posicionamento de um dado programa nas suas grelhas de emissão.

Em termos de categorias de análise da função dos programas emitidos, são consideradas as três funções clássicas da atividade televisiva – *informar*, *formar* e *entreter* –, conjugadas com a função *promover/divulgar*.

O **corpus** da análise é recolhido das bases de dados da Markdata, Mediamonitor/Markttest, com apoio no *software* YUMI – Your Unique Media Intelligence. Esta fonte de informação permite aceder às grelhas de emissão diárias de cada um dos serviços de programas, organizadas cronologicamente, com a duração total de todos os programas exibidos, hora de início e de fim.

⁷⁶ Disponível em <https://www.rtp.pt/play/p5764/terra-principe>.

A operação de constituição do *corpus* de análise da diversidade da programação implica a eliminação destas grelhas de todos os elementos da emissão que não correspondem à unidade de análise adotada, tal como os intervalos publicitários, os espaços de televentas, as autopromoções, os indicativos de estação, os separadores ou outros elementos de antena semelhantes.

O tratamento dos dados recolhidos tem início com a verificação das obrigações genéricas de diversidade de programação a que serviços de programas generalistas analisados se encontram sujeitos, compreendendo seguidamente as obrigações específicas de cada um deles relativamente às tipologias de programas a emitir, a sua periodicidade, o seu horário de emissão, entre outras.

Importa sublinhar que a análise de géneros televisivos que é desenvolvida no presente capítulo não tem correspondência direta com a codificação que é produzida pelos serviços da Mediamonitor/Marktest, designadamente em matéria de tipologias de programas. Ou seja, a codificação de um programa não corresponde necessariamente à classificação que lhe é atribuída por aquela fonte de informação, uma vez que estão em causa modelos de análise conceptualmente diversos. No entanto, é possível que em alguns casos, não havendo divergências entre esses modelos, os programas recebam a mesma classificação.

Ao longo da análise são utilizados dois indicadores de medida na apresentação dos dados: frequência de exibição (número de programas/edições de programas emitidos) e duração (hh:mm:ss), recorrendo-se ao primeiro sempre que pertinente, mas privilegiando o segundo. Esta opção de análise parte do pressuposto de que a frequência de exibição nem sempre espelha o peso relativo que determinado género televisivo ou função pode assumir, efetivamente, num alinhamento diário de emissão. É, no entanto, de notar que, sempre que a avaliação incida numa norma quantificada na legislação aplicável, a opção recai no primeiro indicador.

Em seguida são avançadas definições de cada um dos sete *macrogéneros* que agregam os 39 *géneros* televisivos considerados na verificação realizada.

Grelha de classificação geral de géneros televisivos: macrogéneros e géneros

Informativo: programas predominantemente vocacionados para a informação dos públicos sobre assuntos que marcam a atualidade. São programas de índole jornalística, por isso sob a alçada da direção de informação. Desta categoria estão excluídos programas informativos temáticos que, pela sua natureza, possam ser classificados em macrogéneros específicas (p. ex. *desportivo, cultural/conhecimento*).

Desportivo: programas vocacionados para a informação dos públicos sobre diferentes modalidades desportivas e para a exibição de competições desportivas diversificadas. A categoria compreende conteúdos de *informação desportiva* (que se subdivide em vários géneros, incluído o comentário) e *transmissão* de eventos desportivos.

Ficção: programas vocacionados para o entretenimento dos públicos, compreendendo a emissão de obras cinematográficas ou televisivas de ficção.

Infantil/juvenil: programas que, dentro de vários géneros e formatos televisivos, tenham em comum a vocação de entreter, informar ou formar os públicos infantis/juvenis.

Entretenimento: programas que prosseguem como vocação predominante proporcionar momentos de entretenimento aos públicos, sob alçada das direções de programas, nos quais se inclui, entre outros, o género *infotainment* (programas que reproduzem formatos característicos dos géneros *informativos*, mas cuja intenção principal é o entretenimento dos públicos).

Cultural/conhecimento: programas vocacionados para a apresentação, divulgação e/ou informação e debate sobre manifestações e expressões artísticas (literatura, cinema, teatro, dança, pintura, arquitetura, música, artes plásticas, produção audiovisual, *design*, etc.), bem como para divulgar e informar sobre questões do conhecimento e da investigação científica em diferentes áreas de saber. Incluem-se nesta categoria os programas especificamente dedicados à *formação* dos públicos (educativos).

Institucional/religioso: programas desenvolvidos por entidades externas aos operadores televisivos, cuja função consiste na divulgação e promoção das atividades, dos projetos ou das doutrinas das entidades promotoras. São programas que resultam, em regra, de protocolos celebrados entre a entidade promotora e os operadores ou que resultam de obrigações legais a observar por um dado operador. Integram-se nesta categoria os espaços da responsabilidade de entidades públicas, privadas ou outras organizações da sociedade civil, os espaços de direito de antena, bem como as celebrações litúrgicas.

A figura seguinte sintetiza a grelha de classificação de programas que tem vindo a suportar a análise de diversidade de programação televisiva realizada pela ERC. Estabelece ainda uma correspondência entre *géneros* televisivos e *funções* – uma correspondência sobretudo *indicativa*, através da atribuição a cada programa da *função* predominante, considerando a finalidade que mais se destaca.

Fig. 4 - Grelha de classificação de *géneros* televisivos e relação com *funções*

Macrogénero / Género	Funções
Informativo	
Serviço noticioso	Informar
Reportagem	
Debate	
Entrevista	
Comentário	
Edição especial	
<i>Magazine</i> informativo	
Boletim meteorológico	
Desportivo	
Informação desportiva	Informar
Transmissão desportiva	Entreter
Resumo desportivo	Informar
Comentário desportivo	Informar
Ficção	
Filme/telefim	Entreter
Série	
Telenovela	
Infantil/juvenil	

Desenho animado	
Concurso/jogo infantil/juvenil	Entreter
Ficção infantil/juvenil	
Telenovela infantil/juvenil	
Educativo infantil/juvenil	Formar
Informação infantil/juvenil	Informar
Espaço contendor	
Outro (infantil/juvenil)	Entreter
Entretenimento	
Concurso/jogo	
<i>Reality show</i>	
Variedades	
<i>Talk show</i>	Entreter
Humor	
<i>Infotainment</i>	
Outro (entretenimento)	
Cultural/conhecimento	
Artes e <i>media</i>	
Humanidades	Informar; Formar
Ciência	
Documentário	
Espetáculo	Entreter
Educativo	Formar
Informação cultural (<i>magazines</i> culturais)	Informar
Institucional/religioso	
Institucional	Informar; Formar; Promover/divulgar
Religioso	Promover/divulgar

ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA RTP1, RTP2, SIC, TVI E CMTV

PLURALISMO E DIVERSIDADE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

1. VISÃO GLOBAL

O presente capítulo do relatório tem como principal objetivo apresentar os resultados dos principais indicadores que permitem avaliar o cumprimento dos deveres de **pluralismo e diversidade** pelos serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV.

Assim, tal como no capítulo referente à verificação das obrigações de rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação diária, os resultados apresentados são resultantes do visionamento de **30 edições de cada um dos serviços noticiosos, emitidas em 2019**, que se traduzem no seguinte número de conteúdos:

- “Telejornal”, da RTP1 - 743 peças
- “Jornal 2”, da RTP2 - 356 peças
- “Jornal da Noite”, da SIC - 758 peças
- “Jornal das 8”, da TVI - 846 peças
- “CM Jornal 20H”, da CMTV - 991 peças

Quanto à estrutura, começa-se por fazer uma síntese do **enquadramento legal e deontológico** que norteia a verificação das obrigações feita pela ERC e que esteve na base da criação das variáveis/indicadores que suportam as análises que são realizadas anualmente.

Segue-se a esse enquadramento a **apresentação de alguns dos principais resultados apurados**.

Saliente-se, ainda, que este capítulo é apenas uma abordagem descritiva dos principais indicadores considerados na avaliação do **pluralismo e diversidade**. O **relatório detalhado será divulgado autonomamente** no sítio eletrónico da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC).

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E DEONTOLÓGICO

1. As obrigações em apreciação neste capítulo estão previstas no **artigo 7.º dos Estatutos da ERC**, relativo aos objetivos da regulação:
 - **Na alínea a)**, «Promover e assegurar o pluralismo cultural e a diversidade de expressão das várias correntes de pensamento, através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitas à sua regulação».

2. No que diz respeito ao disposto na **Lei da Televisão**¹, foi verificado o objetivo da atividade de televisão exposto no **artigo 9.º**:

- «Promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural», **alínea c) do n.º1**.

Do mesmo documento, são consideradas as obrigações gerais dos operadores no **artigo 34.º**:

- «Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção», **alínea b) do n.º 2**;
- «Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico», **alínea c) do n.º 2**.

Assim como, consideram-se as obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão apresentadas no **artigo 51.º**:

- «Promover o acesso do público às manifestações culturais portuguesas e garantir a sua cobertura informativa adequada», **alínea b) do n.º 2**.
- «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», **alínea c) do n.º 2**.

3. Serão ainda tidos em consideração os deveres dos jornalistas, definidos no **Estatuto do Jornalista**² no **artigo 14.º**:

- «Procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem», disposto na **alínea e), n.º 1**;
- «Não tratar discriminatoriamente as pessoas, designadamente em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual», previsto na **alínea e), n.º 2**.³

OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO

4. No caso dos **serviços de programas do operador de serviço público (RTP1 e RTP2)**, também serão contemplados os elementos contidos no **Contrato de Concessão**, respeitantes tanto ao rigor como à diversidade:

- «A possibilidade de expressão e debate das diversas correntes de opinião, designadamente de natureza política, religiosa e cultural», previsto na **alínea f) da cláusula 4.ª**;
- «Uma informação precisa, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados», disposto na **alínea g) da cláusula 4.ª**;

¹ Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e com a última redação dada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

² Lei n.º 1/99, de 13 de janeiro, que aprova o Estatuto do Jornalista, alterada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de novembro.

³ No presente capítulo, apenas é avaliada a presença dos atores segundo a sua área de proveniência, origem e sexo, bem como a área e sexo das fontes de informação. No capítulo “Rigor, isenção e proteção de públicos sensíveis na informação televisiva diária de serviços de programas generalistas” do presente relatório, é apresentada a análise das peças consideradas suscetíveis de contribuir para a discriminação de grupos populacionais específicos ou pessoas em condições de vulnerabilidade.

- «Produzir uma informação independente, rigorosa, pluralista e aprofundada que constitua uma referência de credibilidade e confiança para os diferentes públicos», estipulado **na alínea e) da cláusula 5.ª**;
- «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, contextualizada, plural e aberta ao contraditório, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», previsto **na alínea c) da cláusula 6.ª**;
- «Garantir que os espaços de informação dos serviços de programas contribuem para a sensibilização dos públicos para as questões de integração, igualdade de género, coesão social e interesses das minorias», estipulado **na alínea f) da cláusula 6.ª**.⁴

OPERADORES PRIVADOS

5. No que se refere aos serviços de programas generalistas com emissão em sinal aberto (SIC e TVI), para além das obrigações genéricas, são ainda consideradas aquelas que decorrem dos projetos apresentados no âmbito do procedimento de atribuição e renovação das licenças de emissão. A TVI compromete-se com uma «informação atraente, dinâmica, espetacular, próxima do povo, baseada em serviços noticiosos regulares e diários, caracterizada pelo rigor, isenção, objetividade e independência»⁵ e a SIC com a «emissão de informação não apenas política»⁶.
6. Já o serviço de programa generalista do cabo em análise, a CMTV, explicita que «emana do Jornal que lhe dá título [...] assentará num formato popular, mas não populista, apresentando uma informação equilibrada que cubra todas as áreas de interesse da audiência»⁷.

3. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Os princípios associados aos conceitos de diversidade e de pluralismo estão previstos na legislação do setor dos *media*. Os dois termos surgem muitas vezes associados ou como sinónimos, o que implica alguma indistinção.

Em sentido lato, o conceito de diversidade dos *media* refere-se à heterogeneidade dos conteúdos, dos suportes ou da propriedade. Por seu turno, o conceito de pluralismo, no sentido de variedade política, social e cultural, constitui um dos valores fundacionais da democracia, sendo com base nessa dimensão que se orienta a presente análise. As dimensões apreciadas no presente relatório são as seguintes:

- Diversidade e pluralismo temático;
- Diversidade e pluralismo geográfico nacional;
- Diversidade e pluralismo geográfico internacional;
- Diversidade e pluralismo de fontes de informação;
- Diversidade e pluralismo de atores.

⁴ Vide “Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão”, disponível em: <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato_concessao_pdf.php>.

⁵ Deliberação 2/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

⁶ Deliberação 1/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

⁷ “Memória Justificativa do Pedido de Autorização Para o Exercício da Atividade de Televisão” da CMTV, julho de 2012.

A Figura 1 apresenta os aspetos avaliados e os indicadores correspondentes.

Fig. 1 - Critérios e indicadores utilizados na verificação da diversidade e pluralismo

Critérios de verificação	Principais variáveis
<ul style="list-style-type: none"> • Difusão de uma informação que respeite o pluralismo • Promoção da cidadania e participação democrática e respeito pelo pluralismo político, social e cultural 	Tema dominante Enfoque geográfico <ul style="list-style-type: none"> A) Especificação do enfoque geográfico nacional B) Especificação do enfoque geográfico internacional Expressões culturais portuguesas por região
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificação das fontes de informação 	Fonte de informação
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade em razão da ascendência, sexo, raça, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, condição social ou orientação sexual 	Ator principal Nacionalidade do ator principal Sexo do ator principal Sexo das fontes Atores identificados como grupos minoritários Fontes identificadas como grupos minoritários

A diversidade e o pluralismo temático de fontes de informação e de atores estão relacionados na medida em que é esperado que na notícia de um dado acontecimento, o tema, as fontes e os atores sejam principalmente da mesma área. Esta tendência não é necessariamente sinónimo de falta de diversidade e pluralismo na informação diária, pois para a construção da informação, em particular para a compreensão e contextualização do acontecimento noticiado, determinados intervenientes estão mais envolvidos do que outros.

DIVERSIDADE E PLURALISMO TEMÁTICO

Considerando as temáticas dominantes dos assuntos transmitidos nos cinco serviços noticiosos de horário nobre, observa-se uma concentração nos temas da *ordem interna*, *política nacional* e *desporto*.

Estas três categorias temáticas estão mais presentes no “Telejornal”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”, mas com diferenças entre os noticiários. Aproximadamente metade das peças do noticiário da SIC, o “Jornal da Noite” (49 %), e da RTP 1, “Telejornal” (48 %), tratam estes *temas dominantes*; já no “Jornal das 8”, da TVI, estes representam um menor peso, ocupando 44 %.

Os blocos informativos da RTP2, “Jornal 2”, e da CMTV, “CM Jornal 20H”, diferenciam-se pelos *temas dominantes* mais frequentes e pela importância destes em relação ao total de peças analisadas em cada serviço noticioso. No que diz respeito ao “Jornal 2”, a *política nacional*, *política internacional* e *política europeia* abrangem 62 % do total de peças. Por seu lado, o “CM Jornal 20H” apresenta a maior concentração com 67 % das peças nas categorias *ordem interna*, *desporto* e *sistema judicial*.

Quando analisado o tema assuntos da *ordem interna*, a subcategoria temática *acidentes e catástrofes* assume maior presença no “Telejornal”, “Jornal da Noite”, “Jornal das 8” e “CM Jornal 20H”. As *manifestações/reivindicações/protestos não laborais* sobre diferentes causas também se destacam nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI; já para as edições analisadas da CMTV esta última subcategoria não é tão frequente, mas a *violência doméstica*, os *homicídios/tentativas de homicídio*, os *roubos/assaltos/furtos* e as *atividades policiais* têm um peso maior no noticiário.

Salienta-se que no “Jornal 2” a *ordem interna* apenas está presente em 6 % das peças analisadas, sendo as *manifestações/reivindicações/protestos não laborais* responsáveis pelo maior número de peças deste *tema dominante*.

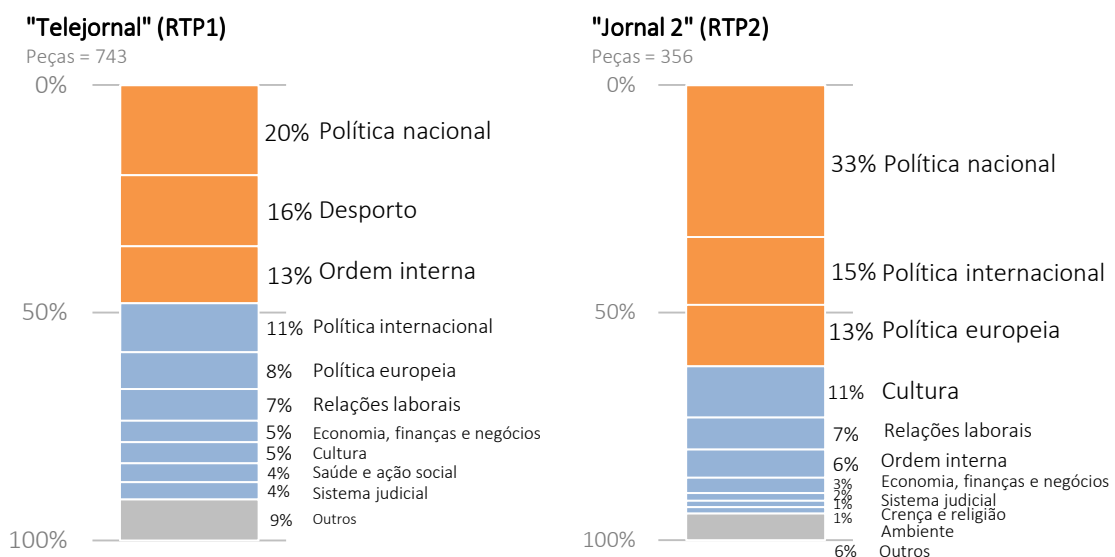
A *política nacional* é a categoria mais frequente no “Telejornal”, “Jornal 2”, “Jornal da Noite” e “Jornal das 8”. Já no “CM Jornal 20H” este *tema* tem menos importância.

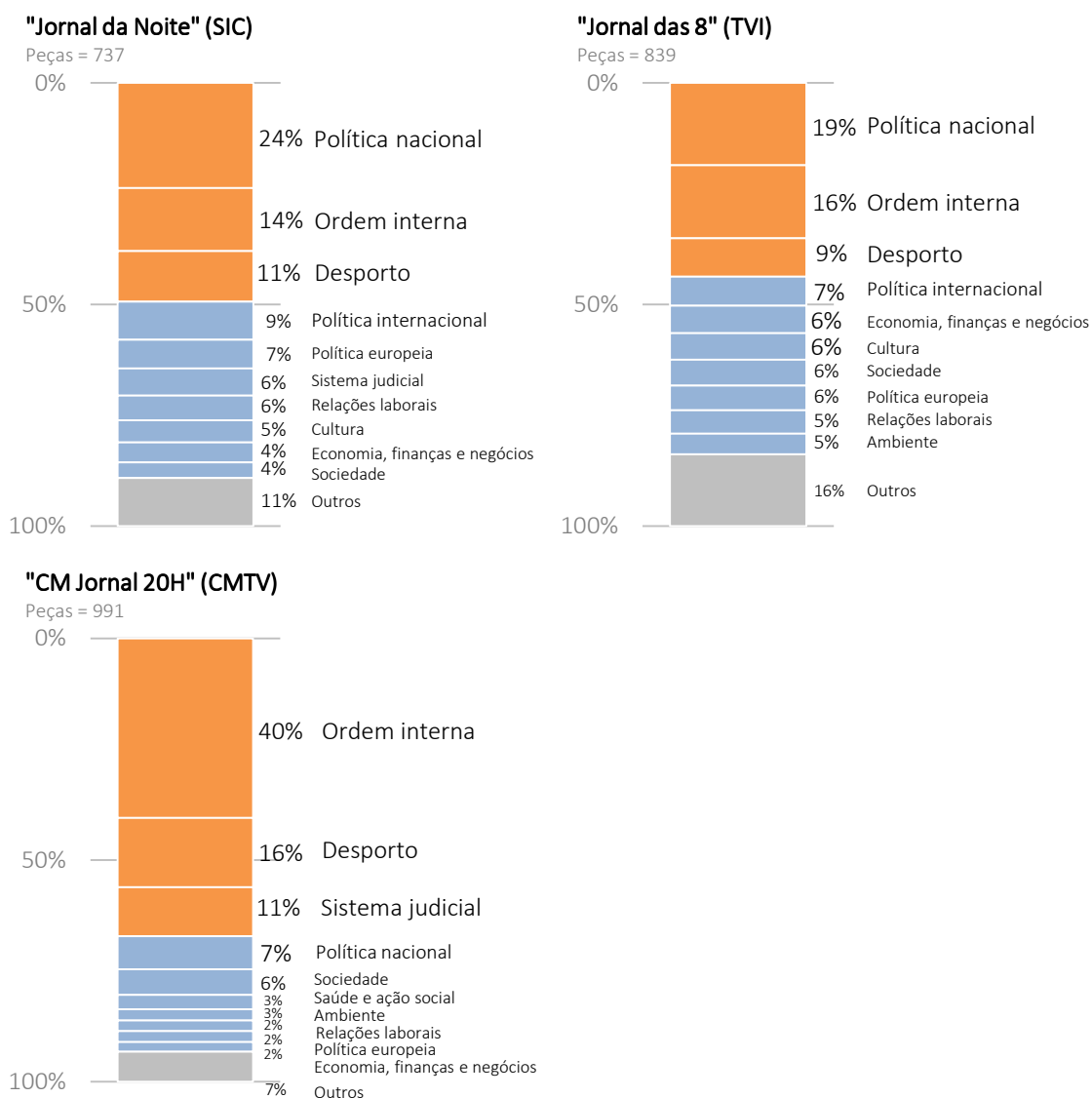
Analisando os subtemas que compõem a *política nacional*, identifica-se uma diversidade de assuntos noticiados, destacando-se as *atividades/propostas dos partidos políticos*, nomeadamente dos partidos com assento parlamentar – PS, PSD, BE, CDS, PCP e PAN – no âmbito das eleições para o Parlamento Europeu 2019 e para a Assembleia da República em 2019.

Outros *subtemas* da *política nacional* frequentes na informação diária são as *políticas para a saúde*, as *atividades da Presidência da República* e o *orçamento do Estado*. Os assuntos tratados nestas subcategorias são diversos.

O *desporto* ocupa uma parte importante dos noticiários, com exceção do “Jornal 2” onde, na amostra analisada de 2019, não tem qualquer peça dedicada a este tema. Nos restantes blocos informativos as competições de futebol concentram grande parte da cobertura desportiva, principalmente da Primeira Liga, destacando-se os jogos das equipas do Benfica, Sporting e Porto. O “Telejornal”, destaca-se por noticiar diversas modalidades desportivas, como ciclismo, hóquei em patins, futsal, ténis, judo, entre outras.

Fig. 2 - Temas dominantes





DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO NACIONAL

A maioria das peças dos noticiários cobre acontecimentos ocorridos ou com alcance do território *nacional*. Apenas dez peças têm *enfoque geográfico genérico* ou este não é específico.

As diferentes regiões de Portugal são referidas pelos noticiários, contudo grande parte dos assuntos relacionados com o país não destacam uma região em particular. Excetua-se o serviço noticioso da CMTV, que se evidencia por apresentar o maior número de peças sobre acontecimentos ou factos relacionados com as diferentes regiões do país.

O *Alentejo*, a *Região Autónoma da Madeira*, o *Algarve* e a *Região Autónoma dos Açores* são as regiões menos salientes nos blocos informativos. O que acontece ou se relaciona com a região da *Grande Lisboa* predomina nos cinco noticiários.

Observa-se que as regiões do país estão associadas principalmente aos temas da *ordem interna*, este tipo de informação caracteriza-se por referir o local do acontecimento.

Quando a informação tem um *enfoque geográfico nacional genérico*, a *política nacional*, o *desporto* e o *sistema judicial* são os temas dominantes mais frequentes.

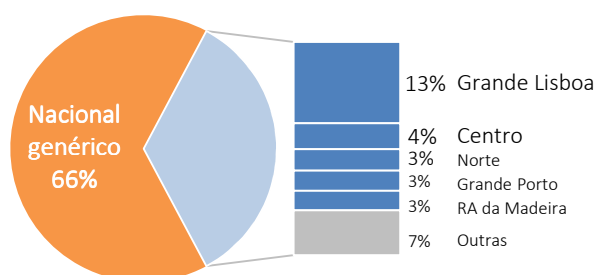
Além da *ordem interna*, a *Grande Lisboa* está associada à *política nacional*, principalmente com as *atividades/propostas dos partidos políticos* e as atividades e a informação sobre o estado de saúde do Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa; bem como ao *desporto*, especificamente as competições de futebol onde participam as equipas do Benfica e Sporting.

As regiões do *Grande Porto* e *Centro* também sobressaem nos noticiários. Do mesmo modo que a *Grande Lisboa*, a *ordem interna*, a *política nacional* e o *desporto*, este último com o clube de futebol do Porto, são os temas dominantes associados ao *Grande Porto*. Já no *Centro*, além da *ordem interna* e da *política nacional*, o tema *sistema judicial* é destacado pelos diversos *casos de justiça*.

Fig. 3 - Especificação do enfoque geográfico nacional

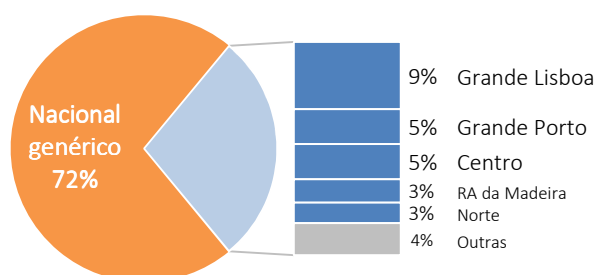
"Telejornal" (RTP1)

Peças = 579



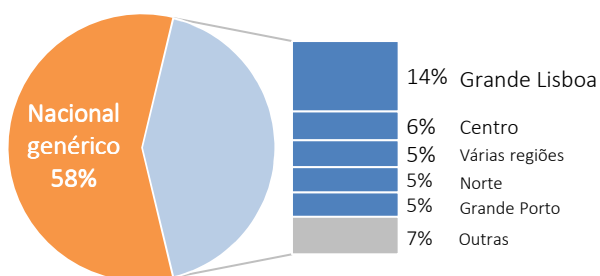
"Jornal 2" (RTP2)

Peças = 261



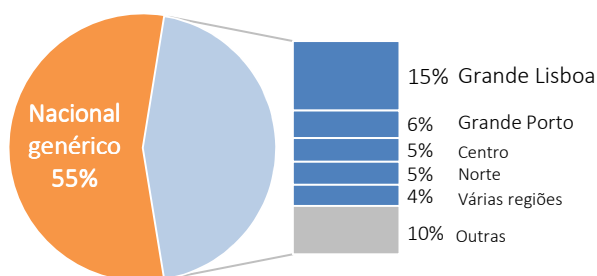
"Jornal da Noite" (SIC)

Peças = 577



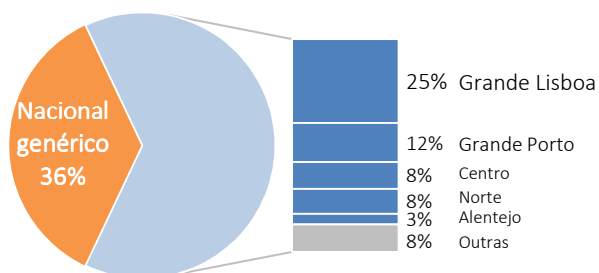
"Jornal das 8" (TVI)

Peças = 657



"CM Jornal 20H" (CMTV)

Peças = 905



DIVERSIDADE E PLURALISMO GEOGRÁFICO INTERNACIONAL

Duas de cada dez peças versam sobre acontecimentos internacionais, evidenciando-se os assuntos dos países do *continente europeu*, principalmente do Reino Unido e de Espanha. Observa-se a mesma proporção de peças com enfoque internacional relacionadas com Portugal, nas quais também os países do *continente europeu* estão mais presentes.

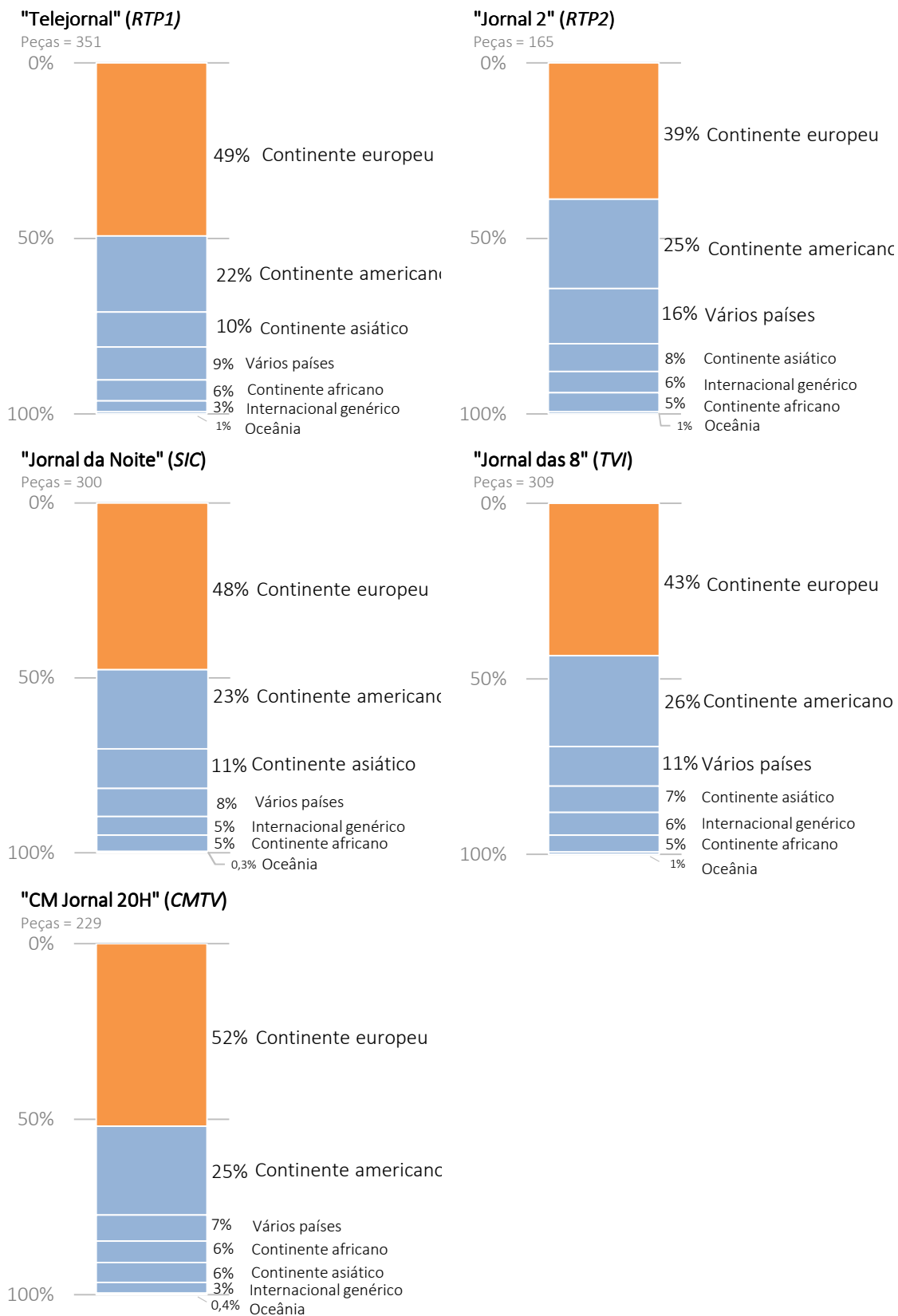
Os *temas* mais destacados dos países do *continente europeu* são a *política europeia*, sobressaindo as dificuldades do parlamento britânico em alcançar um acordo de saída do Reino Unido da União Europeia; a *ordem interna*, centrada maioritariamente nas manifestações na Catalunha para exigir a libertação dos líderes independentistas catalães acusados pelo Tribunal Supremo de Espanha de rebelião; e o *desporto*, focado nas competições de futebol de várias clubes europeus como o Manchester City, Liverpool, Real Madrid, Barcelona, entre outros.

Considerando as peças sobre assuntos relacionados com Portugal e os países do *continente europeu*, os *temas* mais frequentes são o *desporto*, sobretudo as competições de futebol com a participação de Portugal na Liga das Nações e dos clubes portugueses na Liga Europa; e a *ordem interna*, com destaque do acidente de um autocarro com turistas alemães na Madeira, no qual morreram 29 turistas.

Os assuntos dos países do *continente americano* também são salientados pelos noticiários de horário nobre. Os países mais frequentes são os Estados Unidos da América, o Brasil e a Venezuela. Os *temas dominantes* identificados nas peças sobre os Estados Unidos são a *política internacional* com a possível destituição do presidente americano, Donald Trump, as homenagens às vítimas do ataque às Torres Gémeas em Nova Iorque em 2001, entre outros; e a *ordem interna*, principalmente a condenação do racismo e supremacia branca por Donald Trump depois dos tiroteios em Texas e Ohio. O Brasil surge nas notícias, em particular, relacionado com diversos assuntos da *ordem interna*, como *acidentes e catástrofes, homicídios/tentativas de homicídio e violação/violência sexual*. Por seu lado, a Venezuela sobressai com o *tema política internacional*, especificamente pela crise política no país com a autoproclamação do líder da Assembleia Nacional, Juan Guaidó, como presidente interino de Venezuela e a tentativa de golpe de Estado contra o governo de Nicolás Maduro.

Os *enfoques geográficos* menos representados na amostra de 2019 são o *continente africano*, o *internacional genérico* e a *Oceânia*.

Fig. 4 - Especificação do enfoque geográfico internacional



DIVERSIDADE E PLURALISMO DE FONTES DE INFORMAÇÃO

Há uma concentração das *fontes* nos macro temas da *política nacional* e *sociedade*, seguidos por *comunicação*, *ordem interna*, *comunidade internacional* e *desporto*, e distribuídas de forma diferente em cada bloco noticioso.

As *fontes* da *política nacional* são as mais veiculadas, pela informação de horário nobre do serviço público, em particular pelo “Jornal 2”, da RTP2, e pelo “Jornal da Noite” da SIC. No “Jornal das 8”, da TVI, as fontes da *política nacional* estão quase a par das da *sociedade*, e no “CM Jornal 20H”, da CMTV, as fontes da *política nacional* surgem em terceiro lugar depois das da *sociedade* e *ordem interna*.

Entre as *fontes* da *política nacional*, as mais presentes, por ordem decrescente, são os *partidos políticos da oposição parlamentar* (através dos seus presidentes, secretários-gerais e coordenadores, e deputados e líderes parlamentares); o *Governo* (*Primeiro-ministro* e *ministros*), e o *Presidente da República*, Marcelo Rebelo de Sousa.

As *fontes* da *sociedade* são as mais veiculadas no “CM Jornal 20H”, e as segundas no “Jornal das 8”, no “Jornal da Noite” e no “Telejornal”. No “Jornal2” representam a terceira origem da informação. As fontes predominantes da *sociedade* são: os *moradores/habitantes*, os *adultos*, os *manifestantes*, os *familiares* (*de vítimas* ou *suspeitos de atos criminosos*) e de *movimentos cívicos/humanitários*.

As fontes da área da *comunicação* são sobretudo consultadas pelo “Jornal das 8”, “Jornal da Noite” e “CM Jornal 20H”. A sua presença nas edições dos noticiários da responsabilidade do operador público é residual.

As *fontes* da *ordem interna* têm maior expressão no “CM Jornal 20H”, depois da *sociedade*, e as quartas mais frequentes no “Jornal da Noite”. O “Jornal das 8” reserva-lhes o oitavo lugar. Já no “Telejornal”, da RTP1, e no “Jornal2”, da RTP2, estas têm uma presença muito diminuta. A origem da informação distribui-se sobretudo pelos representantes das *forças de segurança*, *bombeiros/Proteção Civil* e *vítimas*.

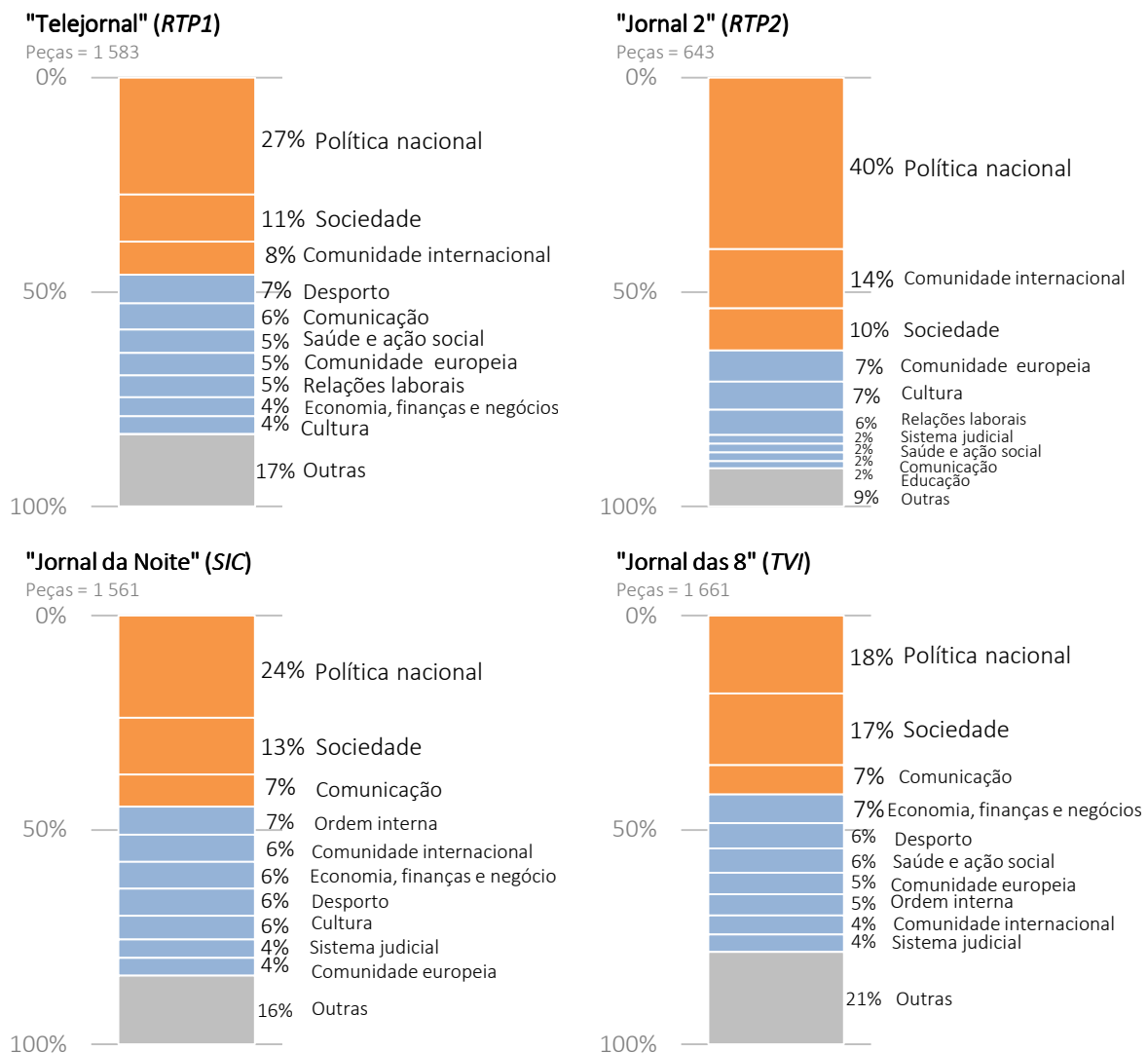
As *fontes* da *comunidade internacional*, identificam-se com o perfil editorial do serviço público: no “Jornal2” são as segundas mais presentes, e no “Telejornal”, as terceiras. Nos privados “Jornal da Noite”, da SIC, ocupam a quinta posição, e no “Jornal das 8”, da TVI, a nona. No “CM Jornal 20H”, da CMTV, em linha com os assuntos tratados pelo operador, estas fontes têm pouca expressão. A *comunidade internacional* é a proveniência da informação sobretudo via *representantes de Estado* e *de Governos estrangeiros*, de *organizações internacionais* e das *restantes fontes da área comunidade internacional*, na sequência da autoproclamação de Juan Guaidó como presidente interino da Venezuela.

As *fontes* do *desporto* são as quartas no “Telejornal”, as quintas no “Jornal das 8”, as sextas no “CM Jornal 20H” e as sétimas no “Jornal da Noite”. O “Jornal 2” não regista *fontes de informação* do *desporto* na amostra de 2019, o que se explica pela pouca cobertura desta área da atualidade no serviço noticioso.

O *desporto* como origem da informação concentra-se nos futebolistas, treinadores e presidentes dos clubes de futebol da Primeira Liga (Benfica, Sporting e Porto), seguido pelos seus *associados/grupos de adeptos*, sendo as *organizações/federações desportivas*, as menos auscultadas.

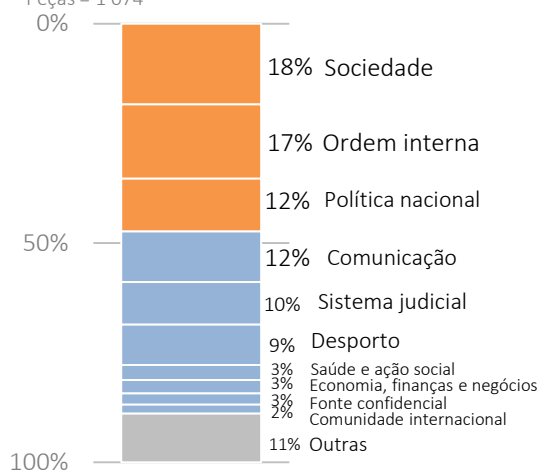
A orientação editorial do “Jornal 2” resulta em a categoria de fontes da *comunidade europeia* e *cultura* serem a quarta mais frequente. A comunidade europeia esteve presente pelos testemunhos de *representantes de Estado e de Governo dos países-membros* e, em menor número, pelos *partidos políticos dos países-membros e instituições da UE*. No caso das fontes da área da *cultura* a sua presença é justificada pelas *entrevistas em estúdio a artistas e outros criadores, público de eventos culturais/atividades de lazer* e a *promotores/representantes de organismos culturais* e pelas notícias de agenda e sobre espetáculos. Nos restantes operadores a *comunidade europeia* corresponde à sétima posição no “Telejornal” e no “Jornal das 8”, à décima no “Jornal da Noite” e à 11.ª no “CM Jornal 20H”. Já as fontes da área da cultura ocupam o oitavo lugar entre as mais consultadas no “Jornal da Noite”, décimo no “Telejornal”, 11.ª no “Jornal das 8” e 13.ª no “CM Jornal 20H”.

Fig. 5 - Áreas de fontes



"CM Jornal 20H" (CMTV)

Peças = 1 074



Nota: Esta análise integra apenas as peças com fontes de informação atribuídas e tem em conta as cinco fontes principais. Não se consideram as peças com registo comentário/opinião e debate.

DIVERSIDADE E PLURALISMO DE ATORES

A generalidade das peças dos telejornais de horário nobre é personalizada e, apesar de haver diversidade, os *atores principais* concentram-se na *política nacional*, também em acontecimentos de outros contextos (exceto no "CM Jornal 20H" em que está em terceiro lugar); da *ordem interna* e do *desporto* (menos no bloco do "Jornal 2"). Num patamar intermédio, do total de peças, estão os protagonistas da *comunidade internacional* (com maior destaque no "Jornal 2") e da *sociedade* (sobretudo no "Jornal das 8" e no "CM Jornal 20h"), mas também os da *cultura* e *comunidade europeia*.

Os *atores principais* da *comunidade internacional* salientam-se no "Jornal 2", da RTP2, em segundo lugar, e "Telejornal", da RTP1, em terceiro, no "Jornal da Noite", da SIC, em quarto lugar; quinto lugar no "Jornal das 8", da TVI, e em oitavo lugar no "CM Jornal 20H", da CMTV. O protagonismo da *sociedade* destaca-se no "Jornal das 8", aproximando-se dos valores dos dois operadores privados, SIC e CMTV. A presença de atores da área da sociedade é menor nos serviços de programas do operador público.

Os *secretários-gerais* e *presidentes dos partidos*, os *ministros*, o *Primeiro-ministro* e o *Presidente da República* são os protagonistas da *política nacional* mais frequentes em quase todos os telejornais. Excetua-se o "CM Jornal 20H", em que aquelas quatro subcategorias têm menor peso, o que resulta da menor presença da *política nacional* neste operador.

Na *ordem interna*, as *vítimas* e os *suspeitos de crimes e atos ilícitos*, destacando-se o caso Rosa Grilo, entre outros suspeitos de homicídios, são os protagonistas representados num maior número de peças.

No *desporto*, os futebolistas e treinadores dos clubes da Primeira Liga são os que protagonizam a informação diária, em detrimento dos profissionais das *restantes modalidades* e dos *dirigentes desportivos*.

Os *protagonistas* da *comunidade internacional* salientam-se em relação aos da *comunidade europeia* no horário nobre, através dos *representantes de Estado* e de

Governo estrangeiros e só depois dos representantes de Estado e de Governo dos países-membros e dos representantes de organizações da União Europeia.

Os atores da *sociedade* destacam-se pela visibilidade dada aos *cidadãos comuns adultos* e aos *representantes de outros movimentos cívico e humanitários, manifestantes* envolvidos em protestos tanto no território nacional como internacional (França, Catalunha em Espanha, Venezuela, Chile e na China, em particular em Hong Kong) e *moradores/habitantes*.

Os protagonistas da área da *cultura* evidenciam os *artistas e outros criadores*, com realce para os que representam o campo da música e do teatro, e os *representantes de organismos culturais*, em particular os responsáveis pela organização de eventos musicais e de teatro em território nacional, tanto no sector público como privado.

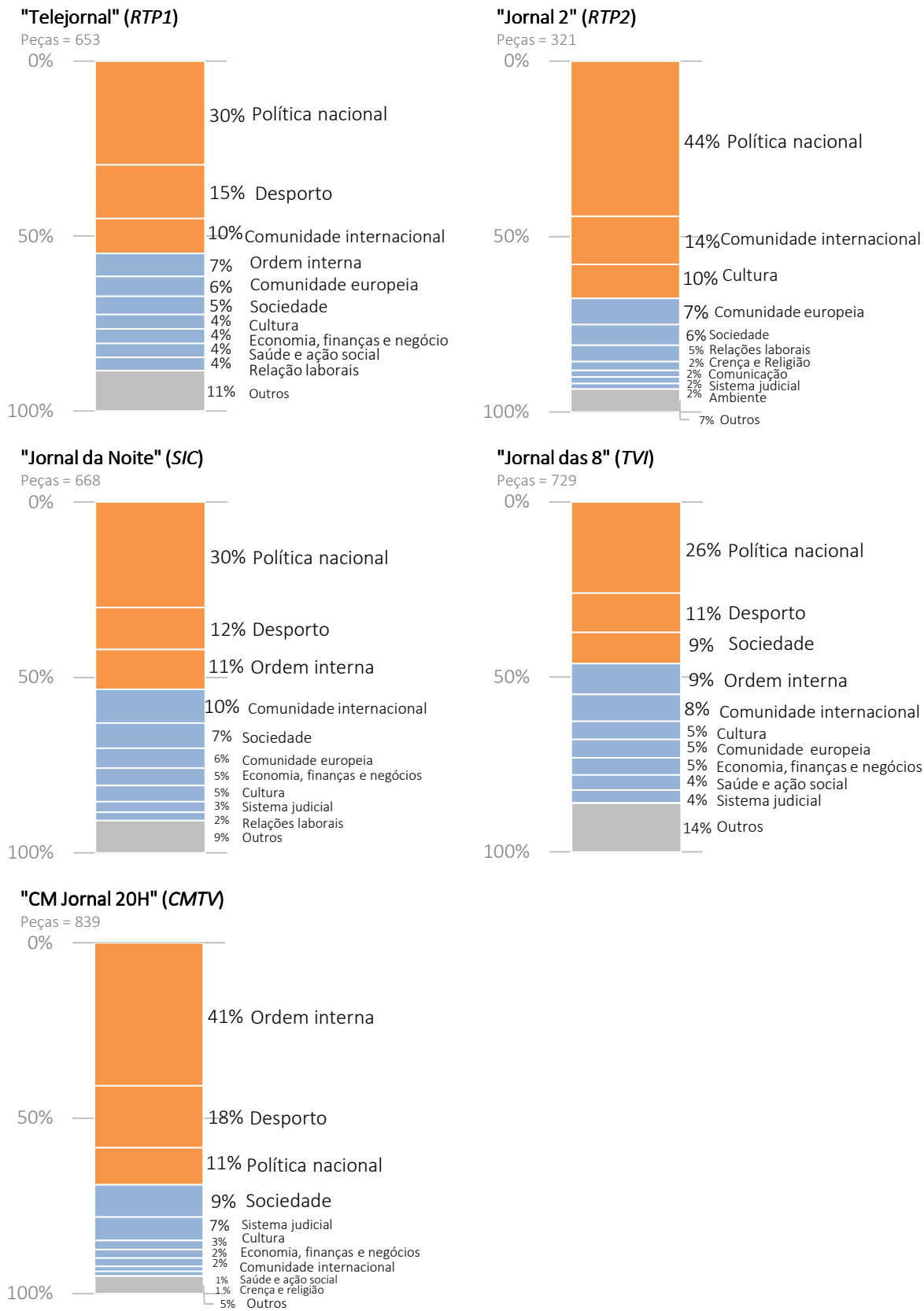
A análise pela *nacionalidade* e *sexo* dos protagonistas revela que, nos telejornais de horário nobre, estes são sobretudo homens portugueses; *futebolistas e treinadores, secretários gerais e presidentes dos partidos, ministros, o Primeiro-ministro e o Presidente da República*, intercalados pela cobertura de *casos de justiça com os envolvidos em processos judiciais*.

Os protagonistas de sexo masculino com nacionalidade estrangeira, são representados na categoria da comunidade internacional, em particular *representantes de Estado e de Governo estrangeiros*, salientando-se Donald Trump, presidente dos EUA e *restantes representantes atores da comunidade internacional*, Juan Guaidó, presidente interino da Venezuela; de destacar ainda os *futebolistas estrangeiros* e também, em contexto da União Europeia, os *representantes de governo e de estado-membros da UE* (Boris Johnson, primeiro-ministro britânico), assim como os seus *partidos*.

As protagonistas mulheres — nacionais e estrangeiras — são uma minoria na amostra de 2019, e são sobretudo integradas nas subcategorias de *vítimas*, de *secretários-gerais e presidentes dos partidos, suspeitos de crimes e atos ilícitos* (em particular Rosa Grilo), *representantes de governo e de estado-membros da UE* (Theresa May primeira ministra britânica no âmbito do processo do Brexit e da sua demissão) e de *cidadãos comuns adultos e ativistas na área ambiental*, em particular Greta Thurnberg.

Nas peças em que o protagonismo é partilhado por pessoas de *ambos os sexos* corresponde a *manifestantes, vítimas, suspeitos de crimes e atos ilícitos* e a *moradores/habitantes*.

Fig. 5 - Áreas de atores



Nota: Esta análise integra apenas as peças em que se identificam atores.

RIGOR, ISENÇÃO E PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA DIÁRIA DE SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

ANÁLISE DOS SERVIÇOS NOTICIOSOS DE HORÁRIO NOBRE DA *RTP1*, *RTP2*, *SIC*, *TVI* E *CMTV*

1. VISÃO GLOBAL

O principal objetivo deste capítulo é realizar uma análise ao cumprimento dos deveres de **rigor informativo, isenção e proteção de públicos vulneráveis** pelos serviços de programas generalistas **RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV**, nomeadamente nos seus serviços noticiosos exibidos em horário nobre.

A referida análise, tal como em anos anteriores, terá como suporte a metodologia de análise de conteúdo que a ERC tem vindo a utilizar e a desenvolver desde 2007, estruturada com base em variáveis/indicadores que, conforme se irá recordar, decorrem de exigências legais e de cumprimentos assumidos pelos próprios operadores de televisão de que esses serviços de programas fazem parte.

Tal como no capítulo referente à verificação das obrigações de pluralismo e diversidade na informação diária, os resultados apresentados em seguida são resultantes do visionamento de uma amostra de **30 edições de cada um dos serviços noticiosos emitidas em 2019 (num total global de 150 edições visionadas e analisadas)**, que se traduzem no seguinte número de conteúdos:

- “Telejornal” da RTP1 – 743 peças
- “Jornal 2” da RTP2 - 356 peças
- “Jornal da Noite” da SIC – 758 peças
- “Jornal das 8” da TVI - 846 peças
- “CM Jornal 20H” da CMTV - 991 peças

Em **termos de número de horas de emissão visionadas e analisadas**, contabiliza-se um total global de 157h40m53s, das quais:

- 25h57m09s correspondem às peças do “Telejornal” da RTP1
- 15h19m50s correspondem às peças do “Jornal 2” da RTP2
- 38h23m20s correspondem às peças do “Jornal da Noite” da SIC
- 39h09m13s correspondem às peças do “Jornal das 8” da TVI
- -38h51m21s correspondem às peças do “CM Jornal 20H” da CMTV

No que diz respeito à estrutura do capítulo, o ponto seguinte começa por recordar uma **síntese do enquadramento legal e deontológico** que norteia a verificação das obrigações realizada pela ERC e que esteve na base da criação das variáveis/indicadores que suportam as análises que são realizadas anualmente. Segue-se a esse enquadramento a **apresentação de alguns dos principais resultados apurados em termos de rigor**

informativo, isenção e proteção de públicos vulneráveis (nomeadamente menores de idade).

Seguindo a estratégia adotada no Relatório de Regulação de 2018, é de salientar que este capítulo é uma abordagem sumária (com os resultados mais expressivos) que terá correspondência com o **relatório detalhado que será divulgado autonomamente** no sítio eletrónico desta Entidade Reguladora.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL E DEONTOLÓGICO

1. As obrigações em apreciação neste capítulo estão previstas no **artigo 7.º dos Estatutos da ERC**, designadamente:

- **Na alínea c)**, *«Assegurar a proteção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços suscetíveis de prejudicar o respetivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem atividades de comunicação social sujeitos à sua regulação»;*
- **Na alínea d)**, *«Assegurar que a informação fornecida pelos prestadores de serviços de natureza editorial se pauta por critérios de exigência e rigor jornalísticos, efetivando a responsabilidade editorial perante o público em geral dos que se encontram sujeitos à sua jurisdição, caso se mostrem violados os princípios e regras legais aplicáveis».*

2. Encontra-se ainda cometido à ERC, através da **alínea f) do artigo 8.º** dos seus Estatutos, *«assegurar o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política».*

3. A **Constituição da República Portuguesa** estabelece:

- a) *«A todos são reconhecidos os direitos à identidade pessoal, ao desenvolvimento da personalidade, à capacidade civil, à cidadania, ao bom nome e reputação, à imagem, à palavra, à reserva da intimidade da vida privada e familiar e à proteção legal contra quaisquer formas de discriminação»*, tal como patente no **n.º 1 do artigo 26.º**;
- b) *«A lei estabelecerá garantias efetivas contra a obtenção e utilização abusivas, ou contrárias à dignidade humana, de informações relativas às pessoas e famílias»*, estipulado no **n.º 2 do artigo 26.º**.

4. No que diz respeito ao disposto na **Lei da Televisão**¹, foi verificado o disposto no **artigo 9.º**:

- A atividade televisiva tem como objetivo promover o *«exercício do direito de informar, de se informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações»*, **alínea b) do n.º 1**;

Assim como, são consideradas a obrigações gerais dos operadores no **artigo 34.º**:

¹ Aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, e com a última redação dada pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho.

- «Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção», **alínea b) do n.º 2**;
- «Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico», **alínea c) do n.º 2**.

Consideram-se ainda, as obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão apresentadas no **artigo 51.º**:

- «Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais», **alínea c) do n.º 2**.

5. Também o **n.º 3 do artigo 27.º da Lei da Televisão** estipula que não é permitida a emissão 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. Já o **n.º 8 do mesmo artigo** dispõe que este tipo de conteúdos pode ser transmitido em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidos de uma advertência sobre a sua natureza.
6. Além da lei setorial, considera-se relevante ponderar os «*deveres fundamentais dos jornalistas*» previstos no **Estatuto do Jornalista**, nomeadamente os descritos nas seguintes alíneas do **n.º 1 do artigo 14.º**:
- **Alínea a)** «*informar com rigor e isenção, rejeitando o sensacionalismo e demarcando claramente os factos da opinião*»;
 - **Alínea d)** «*respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhem*»;
 - **Alínea e)** «*procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem*»;
 - **Alínea f)** «*identificar, como regra, as suas fontes de informação e atribuir as opiniões recolhidas aos respetivos autores*».

Do mesmo documento, são ainda consideradas:

- A **alínea c) do n.º 2 do artigo 14.º**, que determina que o jornalista deve «*abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência*».
- As **alíneas d) e h) do n.º 2 do artigo 14.º**, o jornalista deve «*abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade das pessoas através da exploração da sua vulnerabilidade psicológica, emocional ou física*»; e deve «*preservar, salvo razões de incontestável interesse público, a reserva da intimidade, bem como respeitar a privacidade de acordo com a natureza do caso e a condição das pessoas.*»

7. Do **Código Deontológico do Jornalista**² é tido em consideração o seguinte ponto referente ao exercício do contraditório: «*o jornalista deve relatar os factos com rigor*

² Aprovado em 4 de maio de 1993, em Assembleia Geral do Sindicato dos Jornalistas.

e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso».

8. Ainda no que respeita ao **Código Deontológico**, servem de base ao trabalho realizado os **números 2 e 7**: *«o jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais»; «o jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado».*

OPERADOR DE SERVIÇO PÚBLICO

9. No caso dos **serviços de programas do operador de serviço público (RTP1 e RTP2)**, também serão contemplados os elementos contidos no **Contrato de Concessão**, respeitantes ao rigor:
- *«Uma informação precisa, completa, contextualizada e aprofundada, imparcial, aberta ao contraditório e independente perante poderes públicos, económicos e interesses privados»*, disposto **na alínea g) da cláusula 4.ª**;
 - *«Produzir uma informação independente, rigorosa, pluralista e aprofundada que constitua uma referência de credibilidade e confiança para os diferentes públicos»*, estipulado **na alínea e) da cláusula 5.ª**;
 - *«Proporcionar uma informação isenta, rigorosa, contextualizada, plural e aberta ao contraditório, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais»*, previsto **na alínea c) da cláusula 6.ª**.³

OPERADORES PRIVADOS

10. No que se refere aos serviços de programas generalistas com emissão em sinal aberto (*SIC e TVI*), para além das obrigações genéricas, são ainda consideradas aquelas que decorrem dos projetos apresentados no âmbito do procedimento de atribuição e renovação das licenças de emissão. A *TVI* compromete-se com uma *«informação atraente, dinâmica, espetacular, próxima do povo, baseada em serviços noticiosos regulares e diários, caracterizada pelo rigor, isenção, objetividade e independência»*⁴ e a *SIC* com a *«emissão de informação não apenas política»*⁵.
11. Já o serviço de programa generalista do cabo em análise, a *CMTV*, explicita que *«emana do Jornal que lhe dá título [...] assentará num formato popular, mas não populista, apresentando uma informação equilibrada que cubra todas as áreas de interesse da audiência»*⁶.

PROTEÇÃO DE PÚBLICOS VULNERÁVEIS (SOBRETUDO MENORES)

12. Em matérias respeitantes à proteção de públicos vulneráveis, nomeadamente de menores de idade, são observados os dispostos **no artigo 27.º da Lei da Televisão**:
- a)** *«Não é permitida a emissão de programas suscetíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes,*

³ Vide Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, disponível em: <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/contrato_concessao_pdf.php>.

⁴ Deliberação 2/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

⁵ Deliberação 1/LIC-TV/2012, página 11, Obrigações que resultam das licenças e obrigações supervenientes.

⁶ “Memória Justificativa do Pedido de Autorização Para o Exercício da Atividade de Televisão” da CMTV, julho de 2012.

designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita», previsto no n.º 3;

- b) «Quaisquer outros programas suscetíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes devem ser acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só podem ser transmitidos entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas», tal como disposto no n.º 4;*
- c) «Os elementos de programação com as características a que se referem os n.ºs 3 e 4 podem ser transmitidos em quaisquer serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentados com respeito pelas normas éticas da profissão e antecidos de uma advertência sobre a sua natureza», estipulado no n.º 8;*
- d) «A Entidade Reguladora para a Comunicação Social define e torna públicos os critérios seguidos para a avaliação do incumprimento do disposto nos n.ºs 3 e 4, os quais devem ser objetivos, adequados, necessários e proporcionais às finalidades prosseguidas», definido no n.º 9.*

13. Este plano de análise pretende também dar resposta à exigência constante do **Estatuto do Jornalista**:

- a) «Não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual, contra a honra ou contra a reserva da vida privada até à audiência de julgamento, e para além dela, se o ofendido for menor de 16 anos, bem como os menores que tiverem sido objeto de medidas tutelares sancionatórias», tal como previsto na alínea g) do n.º 2 do artigo 14.º.

14. À semelhança do preceito anterior, também o **Código Deontológico do Jornalista** dispõe:

- a) «O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor», observado no seu ponto 7.

15. Serão também consideradas as linhas orientadoras, previstas na **Deliberação ERC/2016/249 (OUT-TV)** da ERC, a propósito dos «Critérios para avaliação do incumprimento do disposto nos n.º 3 e 4 do artigo 27.º da Lei da Televisão e dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual»; assim como aquelas plasmadas na **Deliberação 19/CONT-TV/2011**, relativa às «Linhas de orientação da ERC, nas suas intervenções em matéria de limites à liberdade de programação, no período entre 2006 e 2010».

16. Paralelamente, são tidas em conta decisões do Regulador sobre estas matérias, tal como na **Deliberação 15/CONT-TV/2009 que adota a Recomendação 2/2009**.

3. APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

Considerando o enquadramento legal e deontológico, assim como os compromissos assumidos por cada um dos cinco serviços de programas no que diz respeito ao rigor informativo, à isenção e à proteção de públicos vulneráveis recordam-se as dimensões de análise que a ERC utiliza para concretizar a verificação que faz desses deveres:

- Separação entre informação e opinião
- Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados
- Atribuição da informação e identificação das fontes de informação
- Respeito pelo princípio do contraditório
- Objetividade jornalística
- Respeito pela presunção de inocência
- Proteção da identidade das pessoas em manifesto estado de vulnerabilidade/vítimas
- Preservação dos públicos vulneráveis
- Respeito pela não discriminação
- Cobertura mediática: Saúde

A necessidade de verificação dos deveres de rigor informativo e isenção resulta do facto de estes serem estruturantes do campo jornalístico. Sem o respeito por esses dois deveres, juntamente com os de pluralismo e diversidade (analisados neste relatório num capítulo autónomo), a informação jornalística é necessariamente desvirtuada na sua essência, ou seja, com o compromisso com a procura da verdade dos factos.

Considera-se que uma informação é rigorosa e isenta quando o seu conteúdo é ajustado à realidade e quando a mesma é reportada, de forma distanciada, com reduzido grau de indeterminação. O rigor e isenção são deveres que estão necessariamente associados à qualidade, fiabilidade e credibilidade da informação.

A prática jornalística de respeito pelo rigor informativo e pela isenção pressupõe um esforço de distanciamento, de neutralidade e de independência do órgão de comunicação social em relação ao acontecimento e/ou intervenientes que são objeto de cobertura noticiosa. São conceitos que convocam igualmente princípios como o equilíbrio e a igualdade de oportunidades no acesso aos media (quer como fontes de informação, quer como protagonistas), no sentido da adoção de uma atitude não discriminatória e verdadeiramente plural.

O rigor e isenção jornalísticos preveem ainda a apresentação dos factos e a sua verificação, a audição das partes com interesses atendíveis nos assuntos reportados, a separação entre factos e opiniões, a referência ao modo de obtenção da informação, e, conseqüentemente, por regra, a identificação correta e completa das fontes dessa informação. A informação rigorosa e isenta não deve ceder a pressões, seja de que natureza for, nem fabricar factos ou utilizar recursos para tornar esses factos mais espetaculares.

A tabela seguinte faz a correspondência entre dimensões/critérios de análise que a ERC utiliza no seu trabalho de monitorização sistemática para analisar o cumprimento dos deveres de rigor e isenção e as variáveis /indicadores criados para corresponder aos objetivos dessas dimensões/critérios.

Dimensões e indicadores/variáveis utilizadas na verificação do rigor e isenção

Dimensões/critérios de verificação	Principais indicadores/variáveis
<ul style="list-style-type: none"> • Separação entre informação e opinião 	Registo jornalístico Elementos opinativos no discurso do operador
<ul style="list-style-type: none"> • Identificação da autoria dos trabalhos jornalísticos apresentados 	Assinatura da peça
<ul style="list-style-type: none"> • Atribuição e identificação das fontes de informação 	Atribuição da origem da informação Rigor na identificação das fontes de informação Elementos indicativos de falta de rigor na atribuição da informação
<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pelo princípio do contraditório 	Contraditório
<ul style="list-style-type: none"> • Objetividade jornalística 	Presença de sensacionalismo
<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pela presunção da inocência 	Desrespeito pela presunção da inocência
<ul style="list-style-type: none"> • Proteção da identidade das vítimas 	Identificação de vítimas Utilização de técnicas de ocultação Protagonistas protegidos com técnicas de ocultação Eficácia na utilização de técnicas de ocultação
<ul style="list-style-type: none"> • Preservação dos públicos vulneráveis 	Elementos pornográficos Elementos violentos Advertência prévia
<ul style="list-style-type: none"> • Respeito pela não discriminação 	Presença de elementos discriminatórios e/ou incitamento ódio
<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura mediática: Saúde 	Tema de saúde mental Condição em que surge o sujeito na saúde mental Amplitude da referência ao tema saúde mental Saúde física e motora

Antes de passar à apresentação dos principais resultados apurados para cada uma dessas dimensões, importa referir que as variáveis/indicadores especificadas, sempre que se justifique, são cruzadas entre si ou com outras não especificadas na tabela, de modo a permitir uma melhor contextualização dos dados.

SEPARAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E OPINIÃO

Garantir que a opinião e a informação se encontram claramente demarcadas dentro de programas informativos como é o caso dos serviços noticiosos em análise é essencial. É essa separação que permite aos telespetadores reconhecer a opinião enquanto tal, mantendo-o na esfera da liberdade de expressão, e simultaneamente garantir que a informação se mantém alinhada com o seu compromisso com o rigor e a isenção.

Para obter resultados relativamente a esta primeira dimensão de averiguação do respeito por estes dois deveres importa notar que a análise realizada contempla duas vertentes distintas:

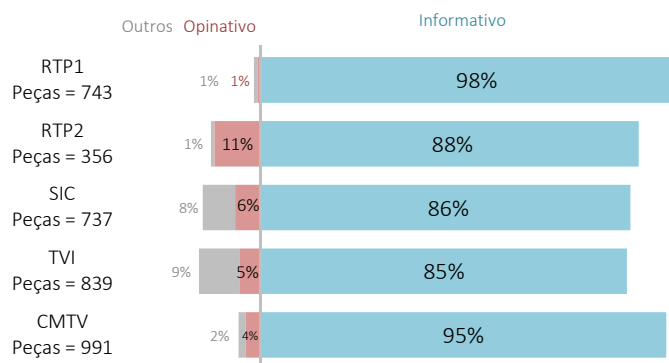
- Uma vertente que apura a existência de identificação/demarcção nos

alinhamentos dos noticiários dos espaços de comentário/opinião da responsabilidade de comentadores/especialistas convidados;

- Uma segunda, que procura aferir se existem ou não nos conteúdos marcas que denotem a presença de opinião no *discurso do operador* (seja no que é dito pelo pivô, pelos repórteres ou até mesmo ao nível da edição e imagem).

Partindo de uma primeira caracterização dos conteúdos que compuseram os alinhamentos dos cinco serviços noticiosos visionados, a figura que retrata o registo jornalístico das peças permite concluir que em todos eles mantém uma tendência que seria a expectável dado tratar-se de programas de informação. Ou seja, o **registo jornalístico informativo** continua a ser aquele que caracteriza a esmagadora maioria das peças analisadas (sobretudo no caso da CMTV e da RTP1, nos quais representa respetivamente 95% e 98% dos conteúdos).

Fig. 1 - Registo jornalístico



Analisando esse *registo informativo* a partir dos diferentes géneros jornalísticos informativos nele englobados (notícias, reportagens, grandes reportagens/trabalhos de investigação, entrevistas, voz-pop, debate), foi possível observar, uma vez mais, que a larga maioria das edições dos noticiários analisados é composta essencialmente por notícias e pequenas reportagens sobre acontecimentos que marcam a atualidade informativa. Géneros jornalísticos de maior desenvolvimento, como as grandes reportagens/trabalhos de investigação, ou as entrevistas continuam a representar um menor número de conteúdos na maior parte dos noticiários em análise. Ainda assim, no que diz respeito à apresentação de grandes reportagens/trabalhos de investigação, a amostra de 2019 permite identificar a sua presença relativamente frequente em diferentes espaços de reportagem do “Jornal da Noite”⁷ e em dois espaços de investigação⁸ do “Jornal das 8”. Já no caso das entrevistas é de notar a continuidade de uma aposta na sua presença regular nos alinhamentos do “Jornal 2”, que exibiu entrevistas em 26 das 30 edições em análise.

⁷ A partir das edições analisadas é possível identificar os seguintes espaços que dão lugar à exibição de grandes reportagens/trabalhos de investigação: “Reportagem especial”, “Investigação SIC”; “Grande Reportagem”, “Casos de Polícia”.

⁸ No caso trata-se dos trabalhos de investigação conduzidos pela equipa da jornalista Ana Leal e dos trabalhos de investigação da jornalista Alexandra Borges.

Ainda que exista essa preponderância expectável dos conteúdos com registo predominantemente informativo, é de observar que **nos cinco serviços noticiosos analisados foram identificados conteúdos correspondente a espaços reservados ao comentário/análise e à opinião**, sendo que o formato mais comum é a transmissão desses espaços em direto a partir do estúdio onde são transmitidos os próprios noticiários ou com ligação a outros estúdios (como acontece por vezes no “Jornal 2”).

Ainda no que diz respeito aos espaços de comentário/opinião, tal como vem sendo observado em edições anteriores deste Relatório, continua a ser possível distinguir as seguintes modalidades de participação nesses espaços: pontuais, realizadas por especialistas de diferentes áreas (incluindo jornalistas) que são convidados a analisar temas da atualidade informativa⁹; regulares, com recurso a painéis de comentadores residentes que alternam a participação entre si¹⁰; regulares, realizadas por comentadores residentes que assinam o seu próprio espaço de opinião¹¹.

Sobre a demarcação dos espaços de comentário/opinião

Relativamente à existência ou não de uma clara demarcação dos momentos reservados ao comentário/opinião no alinhamento das edições monitorizadas, é possível constatar que, na maior parte dos casos, esse dever é cumprido, isto é, esses conteúdos com formato de opinião encontram-se demarcados dos restantes conteúdos das edições que integram. Apesar das especificidades de cada noticiário em análise, é de notar que esta é uma conclusão comum aos cinco.

No que diz respeito ao modo como essa demarcação é conseguida, continuaram a ser verificadas diferentes opções editoriais (consoante a natureza do próprio espaço de comentário/opinião): no caso dos espaços de assinatura ou que se constituem como rúbrica regular continuaram a ser utilizados sobretudo separadores gráficos; nas restantes participações mais pontuais, essa demarcação foi realizada através do recuso a oráculos que identificam a qualidade em que os intervenientes surgem e/ou através do próprio pivô que interage com esses comentadores/especialistas.

Sobre a existência de marcas de opinião no discurso do operador

No que diz respeito à vertente da análise que verifica se os conteúdos da responsabilidade dos operadores tiveram ou não marcas de opinião por parte de quem os construiu observa-se que, **em mais de 90% dos conteúdos emitidos por cada um dos cinco noticiários, não se identificam elementos opinativos no discurso do operador** que denotem a existência de opinião.

Esse resultado indicia que, tendencialmente, a cobertura informativa feita pelos serviços

⁹ De acordo com as edições analisadas em 2019 foi essa a estratégia seguida pelo “Telejornal”, embora também tenham sido identificados exemplos nos restantes noticiários em análise.

¹⁰ No caso do “CM Jornal 20h”, a CMTV continuou a exibir a rúbrica “3 minutos” reservada à opinião e análise de um painel de comentadores que alternam entre si. Também o “Jornal 2” manteve um painel de comentadores/especialistas convocados a participar em diferentes espaços reservados à análise de questões da atualidade informativa (consoante a especialidade de cada um).

¹¹ Relativamente a modalidade dos espaços de comentário com assinatura é de referir, no caso do “Jornal da Noite” da SIC, a continuidade do espaço de opinião de Luís Marques Mendes e do espaço “A Procuradora” reservado aos comentários de Manuela Moura Guedes. No caso do “Jornal das 8”, a TVI manteve os espaços de comentário “Global Portas”, assinado por Paulo Portas, e o espaço reservado aos comentários de Miguel Sousa Tavares.

noticiosos nas edições visionadas terá sido realizada sem que os profissionais que a realizaram tenham manifestado/denotado sua opinião em relação aos acontecimentos/problemáticas reportados. Neste ponto é importante sublinhar que a interpretação de factos, desde que isenta de juízos valorativos, não é considerada opinião.

Apesar desse resultado favorável ao cumprimento dos deveres em análise, é de observar que em todos os serviços noticiosos analisados continua a ser possível identificar um conjunto de peças com elementos (a nível textual ou da composição da narrativa visual) que denotam a existência de conteúdo explícita ou implicitamente enviesado/conotado, com juízos valorativos e marcas subjetivas de opinião por parte do operador.

No que diz respeito aos resultados referentes às 30 edições de cada noticiário analisadas em 2019 observa-se que: no “Telejornal” 4,6% das peças tiveram esses elementos (34 peças), o mesmo tendo acontecido em 1,4% do “Jornal 2” (cinco peças), 6% do “Jornal da Noite” (44 peças), 7,4% do “Jornal das 8” (62 peças) e 3,5% do “CM Jornal 20h” (35 peças).

Algumas das marcas mais evidentes continuam a ser identificadas a nível textual, por exemplo, no recurso a figuras de retórica como a ironia e a um estilo jocoso na construção de notícias ou reportagens, géneros que, por norma, se caracterizam por um registo que privilegia um estilo mais factual e objetivo.

Outra característica relativamente comum às peças dos cinco serviços noticiosos analisados em que foram identificados elementos opinativos associados ao discurso do operador, e que se mantém face ao observado em anos anteriores, é que, por norma, os elementos opinativos identificados estão mais presentes no corpo da peça, isto é, são menos comuns no texto de introdução das peças que é lido pelos pivôs.

Ao analisar as temáticas das peças com marcas de opinião no discurso do operador, foi possível constatar que:

- No caso da TVI observa-se que as peças com elementos opinativos abordaram assuntos de *política nacional* (24 das 62), sendo que as restantes se dispersaram por diferentes temáticas.
- A SIC apresenta um resultado semelhante, embora de forma menos marcada, isto é, a maioria das peças com essas características aborda assuntos relacionados com a política do País (13 das 44), mas há uma maior dispersão por outros assuntos.
- Na CMTV observa-se que mais de metade (18 das 35) as peças com esse tipo de elementos destacaram assuntos de *ordem interna* e oito dessas peças foram identificadas na cobertura informativa de assuntos englobados na temática *sistema judicial*.
- Nas 34 peças da RTP não há um assunto que se tenha destacado por ter sido mais frequente. Ainda assim, foram identificadas sete peças com tema *ordem interna* e sete sobre *desporto*.

Se a maior parte das peças em que os elementos opinativos foram identificados são notícias ou reportagens em que, em algum momento, essa opinião transpareceu em frases/perguntas com juízos valorativos presentes dos textos jornalísticos, há um

conteúdo que se distingue, porque denota falta de uma clara separação entre informação/opinião tanto ao nível da presença de marcas de opinião no discurso do seu apresentador, bem como ao nível da natureza pouco clara de alguns segmentos que o compõem.

Trata-se da rubrica “Deus e o Diabo”, que surge inserida em edições do “Jornal das 8” da TVI, que, conforme revela a análise das edições de 2019, coloca questões relacionadas com a avaliação do rigor e também da isenção. A propósito desta rubrica, recorde-se que a mesma já foi inclusivamente objeto de deliberação por parte do Conselho Regulador da ERC, nomeadamente na deliberação ERC/2019/97, precisamente por questões relacionadas com o rigor informativo. Conforme é referido no ponto 31 dessa deliberação, «“Deus e o Diabo” mostra-se uma rubrica híbrida em que o principal móbil é verificações de afirmações proferidas por protagonistas políticos e de outras esferas da sociedade. Tratando-se de verificação, é expectável que esteja apoiada em factos e não meramente opinativa. Aliás, a apresentação de reportagens sobre alguns dos assuntos tratados, acentua a perceção por parte dos espectadores de que se trata de um espaço de informação factual e não de opinião». No entanto, tal como a análise das edições visionadas faz sobressair, muitas vezes o discurso do apresentador da rubrica (que não é o mesmo que o pivô do noticiário) transpõe os limites de um registo jornalístico interpretativo para se tornar opinativo, nesse sentido, não acautelando a isenção que lhe é requerida.

De notar que a rubrica “Deus e o Diabo” inclui um espaço de opinião, em que participa o comentador David Dinis, que se encontra devidamente demarcado, mas também inclui espaços em que essa separação não é tão clara, nomeadamente “O Melhor e o Pior da Semana”. A respeito deste espaço, recorde-se o que foi identificado na referida deliberação: « “O Melhor e Pior da Semana” é um espaço introduzido pelo apresentador, não sendo clara a sua natureza, isto é, não resulta inequívoco que se trate de um momento de opinião, sobretudo se tivermos em atenção toda a estrutura da rubrica em causa.

A presença nos noticiários em análise de conteúdos com características híbridas e/ou com formatos que privilegiam outras funções que não a função de informar tem vindo a ser notada em Relatórios de Regulação anteriores (com referências a exemplos desses formatos para cada ano).

A presença desses conteúdos nos serviços noticiosos de horário nobre, importa notar, inscreve-se no fenómeno de hibridização de conteúdos, nomeadamente o de *infoentretenimento*, que, não sendo um fenómeno novo, se mantém atual e em alguns casos se tem acentuado.

Pelas questões que colocam em termos dos deveres a que estão ou não obrigados, mas também relativamente ao modo como a função informar, tradicionalmente privilegiada pelos serviços noticiosos, é ou não preservada, esse tipo de conteúdos continua a captar a atenção do regulador.

Como tal, em seguida, partindo de exemplos de conteúdos identificados na amostra das edições analisadas em 2019, especificam-se algumas dessas características dos conteúdos e identificam-se aspetos sensíveis.

Conteúdos dos noticiários que desafiam a vocação informativa e/ou colocam questões em termos de rigor e isenção

Tendo por base as **150 edições** visionadas dos cinco noticiários analisados identificaram-se conteúdos que:

- São manifestamente conteúdos de entretenimento;
- Misturam características da informação com características do entretenimento, da ficção ou até mesmo da publicidade;
- Privilegiam uma função autopromocional que relega a informação para segundo plano.

Na figura que mostra o gráfico referente ao *registo jornalístico* dos conteúdos analisados em 2019, é de notar que alguns dos conteúdos com as características acima especificadas, precisamente por essas características, foram classificados na categoria *outros*. É de notar, como se verá em seguida, que muitos desses conteúdos correspondem a rúbricas que integram os noticiários, sendo que algumas também se caracterizam por já terem sido exibidas/tratadas como programas autónomos.

O que se propõe neste ponto do capítulo é, partindo desses conteúdos, sensibilizar os operadores para a reflexão sobre a opção editorial de os incluir nos alinhamentos dos noticiários de horário nobre de serviços de programas generalistas, nomeadamente sobre o modo de garantir que essa opção não interfere com o respeito pelos deveres a que estão obrigados como dos de rigor e isenção, mas também de pluralismo e diversidade.

No caso dos **conteúdos identificados na amostra que se assumem manifestamente como entretenimento** o exemplo identificado pertence ao “Jornal das 8” da TVI. “Gente que não sabe estar”¹² é assumidamente uma rúbrica humorística que, uma vez por semana, passou a integrar as edições desse noticiário. Ressalve-se que a mesma se encontra devidamente demarcada dos restantes conteúdos do noticiário (com separador gráfico e espaço próprios), ou seja, é explicitamente identificada perante os telespetadores.

No que diz respeito a **conteúdos de natureza híbrida**, isto é, que misturam géneros típicos da informação com características de outros formatos, há igualmente exemplos que sobressaem na amostra visionada.

No caso do “Jornal da Noite” da SIC, refira-se o “Olhá festa”. Esta rúbrica (que não é uma estreia de 2019) traduz-se num formato “roteiro”¹³ realizado durante o mês de agosto, que se dedica a mostrar as festas e romarias do país. Nesse caso, ainda que a rúbrica geralmente surja sob a forma de reportagens realizadas por dois jornalistas do serviço de programas, acaba por fazer sobressair uma dimensão de entretenimento visível em

¹² Conforme sinopse disponível em <https://tvi24.iol.pt/gentequenaosabeestar/que-programa-e-este> : «“Gente Que Não Sabe Estar” é o suplemento humorístico do Jornal das 8, apresentado por Ricardo Araújo Pereira. O formato terá uma periodicidade semanal e focar-se-á sobretudo na atualidade política nacional. Uma espécie de noticiário televisivo invertido, “Gente Que Não Sabe Estar” surge em ano de eleições para confundir ainda mais os portugueses.»

¹³ De acordo com a sinopse disponibilizada em <https://sicnoticias.pt/programas/olha-festa/2019-07-23-Roteiro-Olha-Festa>: «Durante 31 dias vamos mostrar-lhe as festas que juntam quem vem de fora, do país ou das grandes cidades, e regressa às vilas e aldeias para manter as tradições. Bailaricos, missas e procissões, petiscos, garraíadas, rusgas e desgarradas, grandes artistas e pequenos artesãos, tudo cabe na rubrica que está de regresso ao Jornal da Noite. Olhá Festa todos os dias na SIC».

vários aspetos, nomeadamente no destaque que é assumido pelos repórteres, que além das informações sobre os eventos, por vezes acabam por assumir um papel semelhante ao dos apresentadores de formatos típicos do entretenimento.

Também no “Jornal das 8” da TVI foi identificada uma rúbrica que mistura a reportagem jornalística com o entretenimento e em que os repórteres que a assinam assumem lugar de protagonistas. “A minha é melhor que a tua”, é uma rúbrica¹⁴ em que dois jornalistas apresentam dois produtos (de gastronomia, artesanato ou turismo) que são conhecidos por rivalizarem entre si. Esta rúbrica, que passou a ser exibida no noticiário de horário nobre da TVI em abril de 2018, manteve-se em edições de 2019. É de notar que, no próprio site da TVI, surge classificada na categoria entretenimento¹⁵. É igualmente de acrescentar que a mesma se caracteriza ainda por apresentar também marcas de conteúdo promocional/publicitário, outra das linguagens que se mistura com a da informação, como se verá adiante.

Outro conteúdo da SIC que revela características híbridas é a rúbrica “E se fosse consigo?”. Embora não esteja em casa a sua natureza informativa, manifesta nas reportagens que reportam histórias reais que denunciam ou chamam a atenção para determinadas realidades, é igualmente inegável que o seu formato inclui também situações ficcionadas¹⁶. Com efeito, e ainda que essas situações ficcionadas se revistam de seriedade (em resultado das temáticas escolhidas), o seu formato é semelhante ao dos programas de apanhados. Isto é, com recurso à câmara oculta, são simuladas situações que colocam as pessoas apanhadas em situações fraturantes, sendo posteriormente confrontadas pela jornalista que conduz a rúbrica. Neste caso, os momentos ficcionados do programa são suscetíveis de colocar questões ao nível da verificação das obrigações de dever de rigor e isenção, na medida em que os mesmos simplesmente não poderão ser aplicados relativamente à vertente ficcionada da mesma. Com efeito, se numa reportagem de formato tradicional haveria questões a colocar relativamente à própria utilização da câmara oculta (recurso que legalmente só pode ser utilizado em situações relacionadas com a garantia de segurança dos envolvidos e de manifesto interesse público), neste caso essa avaliação deixa de fazer sentido, uma vez que esse recurso é essencial para a dimensão ficcionada desta rúbrica. Do mesmo modo questiona-se até que ponto o próprio trabalho jornalístico realizado em relação às situações ficcionadas é ou não suscetível de colocar em causa a vertente da objetividade informativa, na medida em que há tomadas de posição explícitas relativamente aos comportamentos das pessoas apanhadas.

No caso desta rúbrica, é ainda importante notar que este formato passou a integrar o “Jornal da Noite” em 2019, mas que anteriormente era apresentado como programa autónomo da grelha deste serviço de programas.

Também no que diz respeito a **conteúdos informativos que assumem marcas confundíveis**

¹⁴ Disponível em <https://tvi.iol.pt/programa/5abbb6390cf248a372343b7e/a-minha-e-melhor-que-a-tua>, a sinopse desta rúbrica refere: «Diz-me o que comes, onde vives, quais as tuas tradições e dir-te-ei porque é que “a Minha é melhor que a tua” EA TVI vai percorrer o país à procura das nossas raízes e das suas rivalidades.»

¹⁵ Conforme se pode verificar em <https://tviplayer.iol.pt/programa/a-minha-e-melhor-que-a-tua/5abbb6390cf248a372343b7e/t1>.

¹⁶ De acordo com a sinopse disponível em <https://sicnoticias.pt/programas/e-se-fosse-consigo>: «Da autoria da jornalista Conceição Lino, testa a capacidade de intervenção dos portugueses na defesa do outro, a partir de situações ficcionadas. Até que ponto dizemos não à intolerância, ao preconceito, à violência?».

com formatos publicitários foram identificados diferentes exemplos. Além de casos pontuais (em todos os serviços noticiosos analisados) de reportagens que, em parte, adotam na sua construção uma narrativa (textual e/ou de imagem) que contribui para promover determinados produtos/serviços, foram identificados conteúdos que acabam por sobressair pelo seu formato específico.

“Vida Extra” é um dos exemplos presentes na amostra de 2019. Esta rubrica, que resulta de uma parceria entre a SIC e o Jornal Expresso, passou a integrar edições de sábado do “Jornal da Noite” desde outubro de 2018. Caracteriza-se por ser um espaço dedicado ao *lifestyle*, em que se dá dicas de locais para se comer e dormir, assim como de roteiros de viagens. Apresentada sob a forma de reportagens, na realidade adota ângulos de abordagem e formas de construção da narrativa que manifestamente contribuem para a promoção dos produtos/serviços/locais que são visados na reportagem.

Os **conteúdos de natureza autopromocional** são outra categoria que se considera que contaria a matriz informativa dos serviços noticiosos em que estão inseridos. Com exceção do “Jornal 2”, na amostra de 2019, foram identificados exemplos desse tipo de conteúdos nos diferentes serviços noticiosos. Trata-se de conteúdos que embora tendo características de informação privilegiam uma dimensão autopromocional de destacar o momento de exibição dos conteúdos e não propriamente os assuntos/problemáticas cobertos. Por vezes, apresentam-se ainda sob a forma de notícias que agregam/destacam excertos de conteúdos que serão exibidos durante a edição dos noticiários ou fora dela.

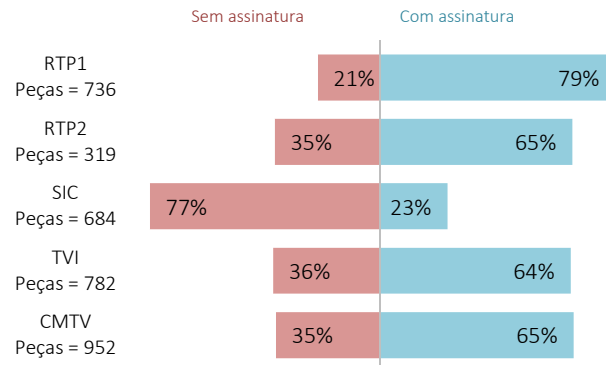
A respeito destes conteúdos, importa notar que também existem marcas autopromocionais integradas em conteúdos (sem ser parte propriamente dos mesmos), nomeadamente sob a forma de oráculos/destaques que surgem no momento em são exibidos (Exemplo: durante a exibição de uma notícia sobre futebol remeter para uma transmissão desportiva que será feita pelo serviço de programas).

Relativamente a alguns dos conteúdos acima especificados, nomeadamente os que surgem sob a forma de rubricas, é de notar que, dada a sua duração, muitas vezes contribuem para que as edições dos serviços noticiosos em que estão inseridos se tornem mais longas, ultrapassando quase sempre uma hora de duração. Ou seja, a informação diária é apresentada em blocos longos com conteúdos que privilegiam outras funções que não necessariamente a informativa.

IDENTIFICAÇÃO DA AUTORIA DOS TRABALHOS JORNALÍSTICOS APRESENTADOS

Partindo do pressuposto de que a assinatura de um trabalho jornalístico é uma forma de responsabilização e compromisso com o conteúdo, admite-se que a mesma pode ser considerada um elemento que contribui para credibilizar a informação junto de quem a consulta.

Fig. 2 - Assinatura das peças



Nessa medida, na análise realizada, procurou-se identificar todas as peças que explicitaram elementos relativos à sua autoria, seja por menção à assinatura de pelo menos um ou de vários intervenientes envolvidos no processo de construção das mesmas: dos jornalistas responsáveis pelo texto, dos responsáveis pela captação das imagens, dos que fizeram o trabalho de edição¹⁷.

Considerando os resultados apurados, sobressai que o “Telejornal” da RTP1 tendeu a identificar elementos da autoria em 79% das suas peças. Já no caso do “Jornal 2” e do “CM Jornal das 20h” tal aconteceu em 65% das peças, resultado semelhante ao identificado no “Jornal das 8”, que registou 64% de conteúdos assinados por pelo menos um dos seus autores. No “Jornal da Noite” da SIC manteve-se a tendência registada em 2018 para que a maioria das peças, neste caso 77%, não sejam assinadas.

Nos casos dos trabalhos que geralmente envolvem maior investimento de recursos técnicos e humanos, como as grandes reportagens/trabalhos de investigação (embora tenham sido identificadas poucas nas edições analisadas), verifica-se que, na sua maioria, tenderam a revelar a autoria. Isso é observável mesmo no caso do “Jornal da Noite”, que tendeu a contrariar a tendência observada em relação a outro tipo de trabalhos jornalísticos (notícias e pequenas reportagens), em que, conforme mostra o resultado global, geralmente não identifica a assinatura.

ATRIBUIÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

A atribuição da origem da informação é uma das regras da atividade jornalística que mais se associa aos deveres de rigor e de isenção, por isso não é de estranhar que seja uma das dimensões consideradas na verificação do respeito por essas obrigações.

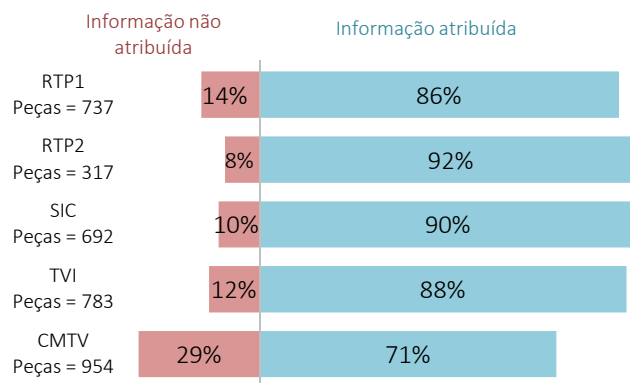
Para avaliar a atribuição da origem a informação identificam-se, no conteúdo manifesto das peças analisadas, **todas as fontes de informação que são explicitamente mencionadas**, isto é, aquelas que são referidas, ainda que a sua identificação possa não estar completa.

Dessa primeira análise baseada nas fontes de informação (ver fig. seguinte) sobressai uma tendência dominante e comum a todos os noticiários avaliados, ou seja, a

¹⁷ Metodologicamente, é igualmente relevante lembrar que esta variável não se aplica a alguns conteúdos presentes nos alinhamentos dos serviços noticiosos, nomeadamente: sorteios do Euromilhões; blocos meteorológicos; informação sobre mudança da hora; revistas de imprensa; quando é transmitida uma peça cuja autoria é de outro órgão de comunicação social [exemplo: transmissão de entrevista da CNN]; espaços de comentário/opinião/análise [em estúdio ou fora dele].

esmagadora maioria das peças tendencialmente apresenta *informação atribuída*. Tal significa que as peças desses serviços de programas identificam, pelo menos, uma *fonte de informação* consultada. De notar que nas peças do “CM Jornal 20h”, embora essa tendência tenha sido observada em 71% das peças, a percentagem de peças que não especifica qualquer fonte de informação chega aos 29%.

Fig. 3- Atribuição da origem da informação



De modo a aprofundar as características das peças em que não foi identificada qualquer fonte de informação (*informação não atribuída*), procedeu-se a uma análise baseada nos temas, a partir da qual se evidenciam algumas especificidades que se observam em seguida.

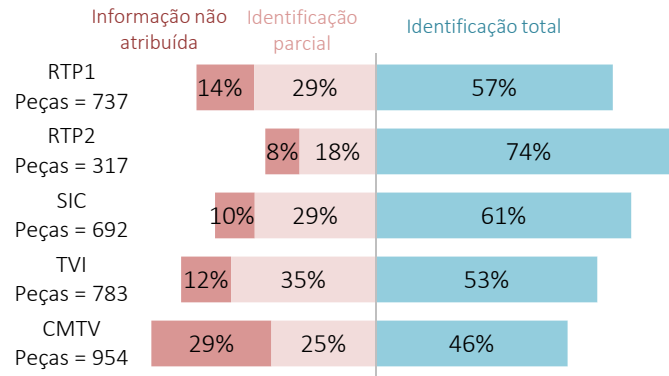
Relativamente aos 14% de peças do “Telejornal” da RTP1 (102 peças) sem fontes de informação verifica-se que a maioria (34) reportou assuntos relacionados com *desporto*, sendo que o segundo tema mais frequente nessas peças foi *ordem interna*. Já nos 10% de peças identificados no “Jornal da Noite” da SIC (67 peças) embora a temática de *ordem interna* também tenha sido a mais frequente, também se observou essa tendência num número próximo de peças sobre *política internacional*.

Relativamente aos 12% de peças do “Jornal das 8” da TVI (94 peças) em que não foi possível identificar fontes de informação, observa-se que a temática mais representada nessas peças é igualmente a *ordem interna*.

Se os assuntos de *ordem interna* estiveram entre os mais frequentes nas peças sem fontes de informação dos três serviços noticiosos acima especificados, no caso dos 29% de peças da CMTV (275 peças) a presença dessa temática é manifestamente a mais frequente. Dessas 275 peças, 167 abordam assuntos classificados neste âmbito temático.

Embora o respeito atribuição da informação deva ser sempre acautelado sempre, os dados acima indicam que há uma necessidade de ter particular atenção à identificação das fontes na origem da informação em peças sobre algumas temáticas específicas.

Fig. 4 - Rigor na identificação das fontes de informação



É de salientar que essa primeira análise baseada na dicotomia *informação atribuída vs informação não atribuída* não esgota as conclusões a que foi possível chegar em relação à atribuição da origem da informação e correta identificação das fontes de informação nas peças analisadas. Como tal, foi realizada uma análise mais qualitativa, baseada em três níveis que distinguem as seguintes situações:

- 1) Informação não atribuída (nenhuma fonte é especificada);
- 2) Identificação parcial (uma ou mais fontes são identificadas na peça, mas há algumas que o são de forma vaga, pouco clara ou indeterminada);
- 3) Identificação total (todas as fontes mencionadas são devidamente identificadas).

Dessa análise é possível inferir que no caso das peças do “Jornal 2”, 74% fazem uma identificação correta e inequívoca de todas as fontes que mencionam, sendo que a percentagem que o faz de forma parcial chega aos 18%.

Nos conteúdos dos noticiários da RTP1 e da SIC, o cenário é semelhante, ou seja, próximo de 60% das peças identificam totalmente as fontes que referem, sendo que as que fazem uma identificação parcial atinge os 29%.

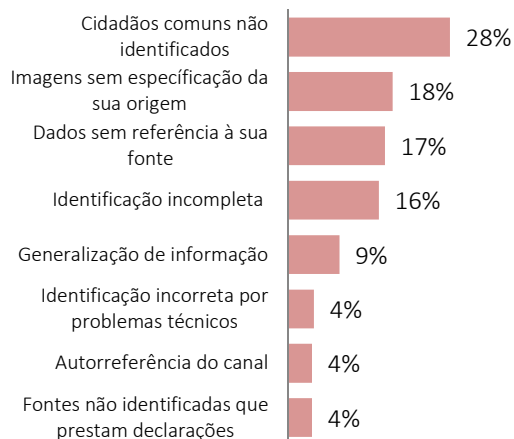
No Jornal das 8 da TVI a percentagem de informação parcialmente atribuída chega a 35%, sendo que somada com os 12% de peças sem fontes de informação chegam a representar 47% das peças analisadas.

No noticiário da CMTV a soma da percentagem de peças com informação não atribuída e parcialmente atribuída chega aos 54%, ou seja, mais de metade das peças analisadas têm problemas de rigor ao nível da identificação da origem da informação que reportam. Os resultados apurados para os diferentes serviços noticiosos permitem observar que, tal como indicado em 2018, continua a ser necessário acautelar um maior investimento na atribuição da origem da informação reportada, nomeadamente ao nível da correta identificação das fontes de informação e, nos casos em que tal se aplica, no esclarecimento relativamente ao modo como determinada informação foi obtida.

Fig. 5 - Elementos indicativos de falta de rigor na identificação das fontes de informação

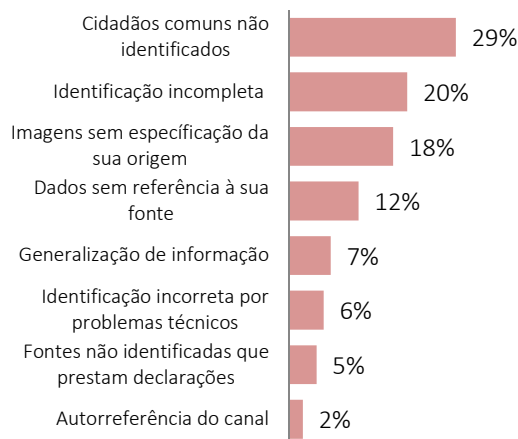
"Telejornal" (RTP1)

Presenças = 293



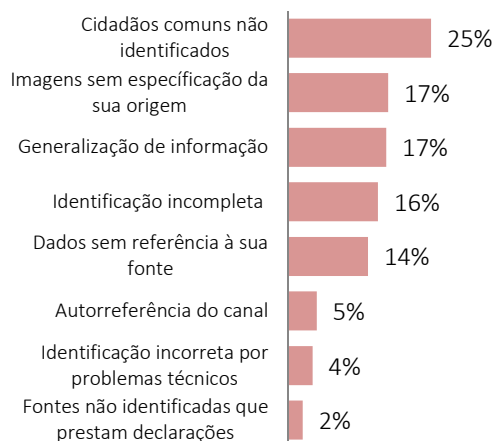
"Jornal 2" (RTP2)

Presenças = 83



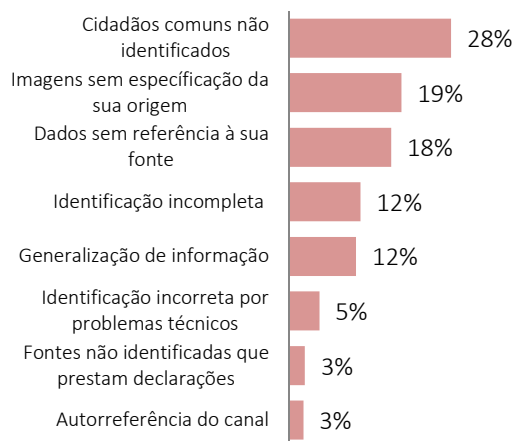
"Jornal da Noite" (SIC)

Presenças = 283



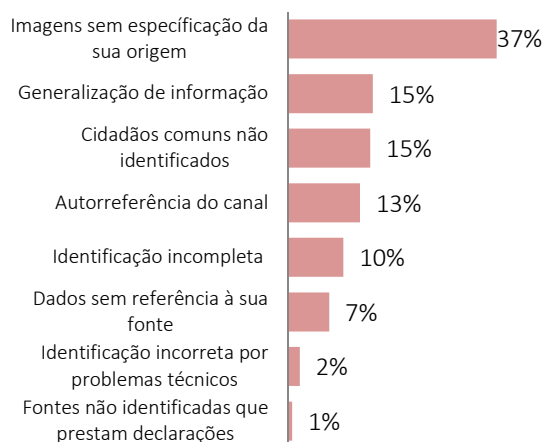
"Jornal das 8" (TVI)

Presenças = 395



"CM Jornal20H" (CMTV)

Presenças = 436



Fazendo uma análise baseada somente nas peças dos cinco noticiários em análise que não identificaram fontes de informação, ou que as identificaram de forma parcial,

observa-se que em algumas é possível identificar elementos que permitem discernir diferentes tipos de falhas na identificação das fontes de informação (figura anterior).

Tal como havia sido observado no Relatório de Regulação de 2018, verifica-se que no caso dos noticiários da RTP1, RTP2, SIC e TVI, a tendência que sobressai nessas peças é semelhante. Ou seja, o elemento indicativo de falta de rigor mais frequente é o recurso a cidadãos comuns como fontes de informação sem que estes sejam devidamente identificados¹⁸.

No caso do “Telejornal” e do “Jornal das 8” o segundo e terceiros elementos indicativos de falta de rigor na identificação da origem da informação são comuns: as imagens recolhidas por terceiros sem especificação da sua origem e a apresentação de dados (sobretudo quantitativos) sem referência à respetiva fonte.

Nas peças do “Jornal da Noite” que apresentam falhas de rigor na atribuição da origem da informação, observa-se que as imagens recolhidas por terceiros sem identificação da sua origem também surgem como segundo elemento mais frequente, mas neste caso a par das generalizações de informações sem fontes de informação que as suportem e da identificação incompleta de fontes que surgem em representação de instituições/grupos profissionais. Este último recurso é igualmente o segundo tipo de falha de atribuição da origem da informação mais frequente no “Jornal 2”, isto é, em que se refere apenas o seu nome sem se especificar a qualidade/papel que desempenha na narrativa das peças e vice-versa.

No que diz respeito ao “CM Jornal das 20h” da *CMTV* verifica-se que as imagens de terceiros utilizadas no conteúdo das peças sem referência à sua origem surgem como o elemento indicativo de falta de rigor na atribuição da origem da informação mais frequente nas peças analisadas. De notar que essa mesma tendência havia sido identificada nos resultados referentes à amostra analisada no Relatório de Regulação de 2018.

Relativamente à utilização de imagens captadas/fornecidas por pessoas externas ao operador que são utilizadas como fontes de informação das peças, é de notar que as mais comuns são fotografias de natureza pessoal (que mostram os retratados em episódios do seu quotidiano sem relação direta com os acontecimentos reportados) e vídeos amadores.

No caso específico do noticiário da *CMTV*, pela frequência com que utiliza este recurso, cumpre notar que muitas das fotografias de natureza pessoal utilizadas nas peças correspondem a imagens de vítimas de acontecimentos de natureza violenta (violência doméstica, acidentes) retratadas em contextos do seu quotidiano (possivelmente fotografias de redes sociais, a partir da edição e da informação reportada nem sempre é possível concluir acerca do modo de obtenção dessas imagens), que, pela forma como

¹⁸ Não é considerada falha de rigor a ausência de identificação dos cidadãos comuns que se constituem como fontes na qualidade de vítimas/pessoas em manifesto estado de vulnerabilidade. Nesse caso, parte-se do pressuposto que a sua não identificação é condição necessária à sua proteção, ou seja, é uma das regras que justifica que a fonte não seja identificada. De igual modo, não são consideradas falhas de rigor as fontes de informação que os operadores apresentam como fontes confidenciais, nos casos em que essa confidencialidade é verdadeiramente justificada (isto é, quando a confidencialidade não é utilizada como mero artifício para reportar informação polémica/boatos).

são exibidas, exacerbam a dramatização desses acontecimentos e a exposição das pessoas envolvidas, em particular, as mais vulneráveis.

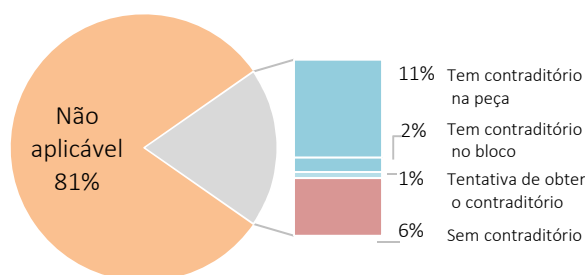
RESPEITO PELO PRINCÍPIO DO CONTRADITÓRIO

Em geral, os assuntos noticiados não exigem a aplicação do *princípio do contraditório*. Pese embora os assuntos abordados abarquem situações de conflito, não se trata de casos em que se considere necessário atender à cobertura de interesses particulares em divergência.

Fig. 6 - Princípio do contraditório

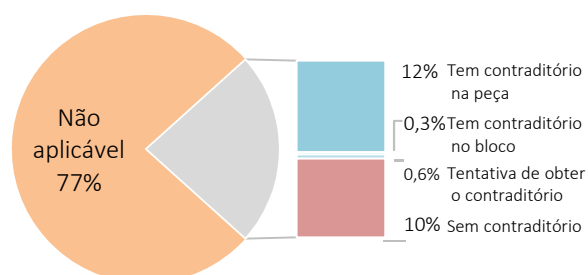
"Telejornal" (RTP1)

Peças = 743



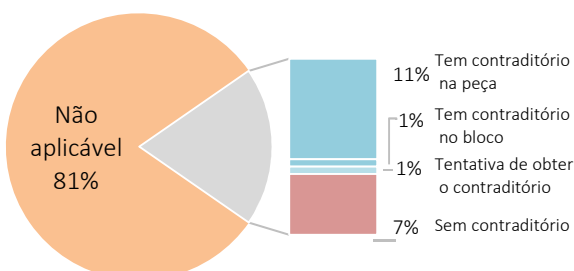
"Jornal 2" (RTP2)

Peças = 356



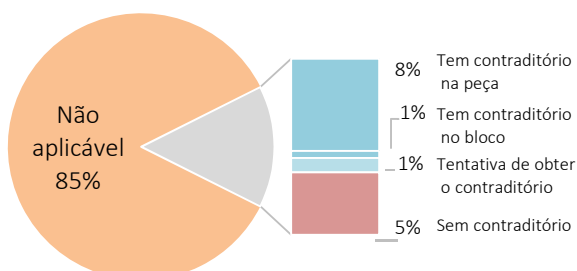
"Jornal da Noite" (SIC)

Peças = 737



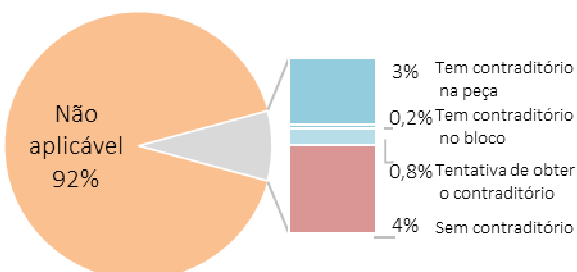
"Jornal das 8" (TVI)

Peças = 839



"CM Jornal 20H" (CMTV)

Peças = 991



Nos casos em que é exigível a observância do princípio do contraditório este tende a ser respeitado na mesma peça ou em peça subsequente do mesmo bloco informativo. As peças que não respeitam o *princípio do contraditório* centraram-se sobretudo em assuntos relacionados com *política nacional*.

As peças que estariam sujeitas a uma consulta das partes com interesses atendíveis devido às críticas suscitadas, e em que tal não é concretizado, rondam os 6 %. Os valores mais elevados registam-se na RTP2 (10 %) e SIC (7 %).

OBJETIVIDADE JORNALÍSTICA

As opções editoriais que visam criar sensações e emoções nos telespectadores, sendo suscetíveis de colocar em causa o dever de rigor, são consideradas sensacionalistas. A sua expressão é variável.

Os blocos informativos da RTP2 registam os valores mais baixos e os da CMTV mais altos. Os elementos mais comuns nos conteúdos com estas características encontram-se na *captação/edição de imagem* seguindo-se *música/sons*.

Fig. 7 - Presença de elementos visando a exploração de sensações

	"Telejornal" (RTP1)	"Jornal 2" (RTP2)	"Jornal da Noite" (SIC)	"Jornal das 8" (TVI)	"CM Jornal 20H" (CMTV)
Estilo apelativo no destaque gráfico	10	2	10	30	110
Captação/edição de imagens	26	5	28	48	127
Música/sons	15	9	42	58	47
Reconstituições	7	-	7	4	26
Total	58	16	87	140	310

A presença de elementos de *fait-divers* regista um valor que se aproxima das 84 peças. Verifica-se que a exploração sensacionalista destes elementos marca presença em oito desses casos.

RESPEITO PELA PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA

As peças com elementos suscetíveis de desrespeitar a presunção da inocência não estão presentes nos blocos informativos de todos os operadores.

Na amostra em análise o operador público apresenta uma peça nessas condições, identificada no "Telejornal" da RTP1. O "Jornal das 8" (TVI) regista quatro peças. O "CM Jornal 20h" (CMTV) regista o maior número de casos, 26.

ELEMENTOS VIOLENTOS E ADVERTÊNCIA PRÉVIA

As peças com *elementos violentos* que potencialmente podem suscetibilizar públicos mais sensíveis, como menores, são em número marginal no conjunto dos noticiários. Estes casos são tendencialmente inferiores a quatro peças, com exceção da CMTV que regista 11 peças.

Nenhum destes conteúdos é acompanhado de *advertência prévia*.

Foi ainda considerada a presença de *elementos violentos* de forma genérica, independentemente de poderem ou não suscetibilizar públicos mais sensíveis, identificando-se, neste contexto, 331 peças. As formas mais frequentes da presença destes elementos é a exibição de *mortes, cadáveres* seguindo-se, com distância, as *agressões físicas*.

Tal como nos dois anos precedentes, não se identificam peça com elementos pornográficos.

PROTEÇÃO DA IDENTIDADE DAS VÍTIMAS

As situações em que se considera que a *vulnerabilidade das vítimas é explorada* representa um total global de 25 peças. Nestes casos estão nove considerados de manifesta *vulnerabilidade física, emocional e psicológica* e quatro de *menores de 16 anos vítimas de atos que a lei qualifica como crime*.

São vários os elementos que contribuem para a sua identificação ser possível, entre estes o facto de a sua imagem não ser ocultada.

Foi também considerada a presença de vítimas sem que haja uma exploração da sua vulnerabilidade. Identificam-se, neste contexto, 364 casos.

Do conjunto de peças que recorrem a *técnicas de ocultação da identidade*, observa-se que estas são aplicadas em maior número a adultos, abrangendo situações diversificadas, como os *suspeitos de crimes* ou *arguidos*.

A técnica de ocultação de imagem mais comumente utilizada é a *distorção de imagem*.

DISCRIMINAÇÃO E INCITAMENTO AO ÓDIO

As peças consideradas suscetíveis de contribuir para a discriminação de grupos populacionais específicos ou pessoas em condições de vulnerabilidade compreendem um total global de seis situações. Tal diz respeito aos blocos informativos da *SIC* (uma peça) e da *CMTV* (cinco peças) em torno de questões que envolvem a etnia, a condição social e convicções ideológicas.

SAÚDE FÍSICA E MENTAL

No âmbito de estudos anteriores são identificadas as referências ao tema *saúde mental*. Verifica-se que em 2019, 105 peças fazem referência a esta problemática, sendo a *CMTV* responsável por metade (55).

Esta referência surge associada tendencialmente a casos que envolvem um *crime ou agressão*, apresentando-se como um atributo caracterizador do *agressor* (35 peças).

O tema da *depressão, ansiedade e do stress* assume a segunda posição, seguindo-se os *comportamentos aditivos*, e o *stress pós-traumático* na sequência de um evento de vida negativamente marcante.

O tema saúde surge focado nas peças, para além dos temas que o refletem, em torno de referências a questões suscetíveis de representar desafios ou *vulnerabilidades de natureza física e motora*. Identificam-se 27 peças nestas circunstâncias sendo que 12 reportam ao assunto das malformações congénitas, refletindo as dinâmicas da agenda mediática do ano de 2019.

ANÚNCIO DA PROGRAMAÇÃO

1. VISÃO GLOBAL

1.1. OBJETIVOS

Em 2007, a Lei da Televisão, n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), pela Lei n.º 40/2014, de 9 de julho, pela Lei n.º 78/2015, de 29 de julho e pela Lei 7/2020, de 10 de abril, doravante LTSAP, introduziu deveres no que se refere à divulgação da programação a emitir pelos serviços de programas televisivos, os quais constam do artigo 29.º, sob a epígrafe «Anúncio da programação» e sujeitam-se a eles todos os operadores de televisão sob jurisdição portuguesa.

Nos termos do n.º 1 do referido artigo 29.º, da LTSAP, «os operadores devem informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação dos serviços de programas televisivos de que sejam responsáveis».

Sendo que essa informação obedece à regra do n.º 2 do mesmo dispositivo legal, desta forma, a «programação anunciada, assim como a sua duração prevista e horário de emissão, apenas pode ser alterada pelo operador de televisão com uma antecedência superior a quarenta e oito horas».

No presente capítulo avalia-se o desempenho dos operadores de televisão nesta matéria, em 2019, onde se inclui uma análise evolutiva do último triénio. Foram avaliados os serviços de programas generalistas, de acesso não condicionado livre, de âmbito nacional, RTP1, RTP2, SIC e TVI, em amostras semanais que recaíram sobre todos os meses do ano e ainda amostras pontuais, de uma ou várias semanas, dos serviços de programas temáticos, Cinemundo, DStv Pipoca, Canal BLAST, Hollywood, HOT TV, SIC K, TXILLO, Canal Panda, BIGGS, Sporting TV e SPORT TV5.

1.2. METODOLOGIA E CRITÉRIOS

Com o objetivo de verificar o cumprimento do artigo 29.º da LTSAP, foi efetuado o confronto entre a programação anunciada pelos operadores e a emissão, preferencialmente com recurso à utilização da ferramenta eletrónica de “Análise de Grelhas de Programação TV”, desenvolvida pela Mediamonitor para a ERC, e à qual os operadores autonomamente podem aceder para aí descarregar diretamente as grelhas da programação dos serviços que disponibilizam, com a antecedência legalmente prevista, *i.e.* respeitando uma antecedência da efetiva emissão nunca inferior a 48 horas.

Sempre que foram detetadas incongruências entre a grelha inserida na aplicação pelo operador e a emissão efetiva, a ERC recorreu ao visionamento da emissão bem como ao cruzamento entre espaços de programas e publicidade, sendo sempre o operador notificado para se pronunciar e/ou juntar as justificações que entender suficientes.

Neste acompanhamento, são verificadas pela ERC as situações de desvios da programação anunciada que se traduzem nas seguintes ocorrências:

- i) Programas emitidos antes do horário anunciado e/ou programas emitidos depois do horário anunciado;
- ii) Programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados.

A presente análise não considerou os casos de desvios dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos.

Durante 2019, esta análise incidiu, de forma regular, sobre os quatro serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI. A emissão destes quatro serviços foi analisada, tendo em conta uma amostra coincidente de uma semana/mês, cumulativamente no final de cada trimestre.

Fig.1- Amostra AP 2019 – RTP1, RTP2, SIC e TVI

Amostra Anúncio Programação	
Meses	Semanas/dias
Janeiro	3 / 14 a 20
Fevereiro	8 / 18 a 24
Março	12 / 18 a 24
Abril	15 / 8 a 14
Maio	20 / 13 a 19
Junho	25 / 17 a 23
Julho	27 / 1 a 7
Agosto	33 / 12 a 18
Setembro	39 / 23 a 29
Outubro	41 / 7 a 13
Novembro	46 / 11 a 17
Dezembro	51 / 16 a 22

Nas análises individuais realizadas, foram inicialmente registadas todas as ocorrências verificadas – programas emitidos antes/depois do horário anunciado e programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados –, tendo-se, posteriormente, procedido a uma análise casuística, de modo a perceber se se encontravam presentes os critérios de exceção definidos no n.º 3 do artigo 29.º da LTSAP, nos termos do qual «a obrigação prevista (...) pode ser afastada quando a própria natureza dos acontecimentos transmitidos o justifique, por necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas ou em casos de força maior», caso em que as mesmas foram consideradas justificadas ao abrigo do referido normativo.

Para além das verificações regulares relativas aos serviços RTP1, RTP2, SIC e TVI, em 2019, foram ainda verificados por amostragem, em algumas semanas do ano, os seguintes serviços de programas temáticos:

- Cinemundo, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- DStv Pipoca, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional;
- Canal BLAST, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional;
- Hollywood, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- HOT TV, temático de natureza sexual para adultos, de acesso condicionado e âmbito nacional;
- SIC K, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- TXILLO, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional;
- Canal Panda, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- BIGGS, temático infantil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- Sporting TV, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional;
- SPORT TV5, temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional.

2. ALTERAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO ANÚNCIADA

2.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS NACIONAIS - RTP1, RTP2, SIC e TVI

Fig.2 -Alterações da programação 2019

Ano 2019	Alterações da programação				Total
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	
Casos (n.º)	36	45	7	49	137

As análises efetuadas, durante 2019, às emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, de acordo com a amostra selecionada, melhor identificada na Figura 1, revelaram um total de 137 casos de alterações da programação anunciada, sendo que a maioria das situações registadas neste ano recaíram sobre o serviço de programas TVI, num total de 49 ocorrências, seguido pelos serviços do operador público, com 36 casos, na RTP1, e 45 casos, na RTP2. A SIC foi o serviço que registou um número menor de alterações na programação ao longo de todo o ano, apenas com sete ocorrências registadas.

As 137 irregularidades apuradas distribuíram-se ao longo dos 12 meses de 2019 conforme demonstrado da Figura 3.

Fig. 3 – Alterações da programação – jan.- dez. 2019

Alterações da programação (n.º)					
2019 / Meses	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Janeiro	0	4	0	7	11
Fevereiro	0	2	0	6	8
Março	0	2	0	6	8
Abril	3	0	0	3	6
Maio	7	2	2	9	20
Junho	0	9	0	12	21
Julho	1	8	0	1	10
Agosto	1	0	0	3	4
Setembro	4	14	1	1	20
Outubro	8	3	4	1	16
Novembro	2	0	0	0	2
Dezembro	10	1	0	0	11
Total	36	45	7	49	137


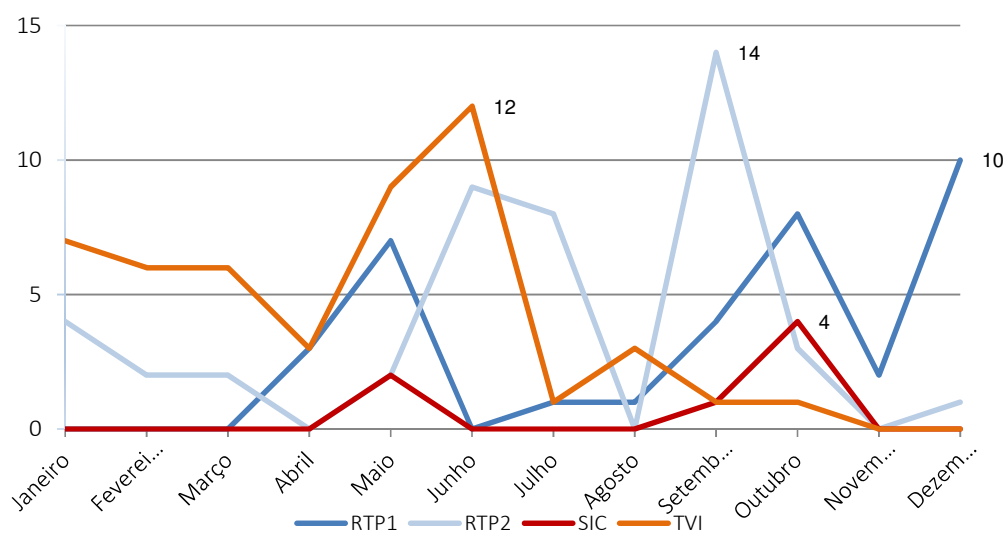
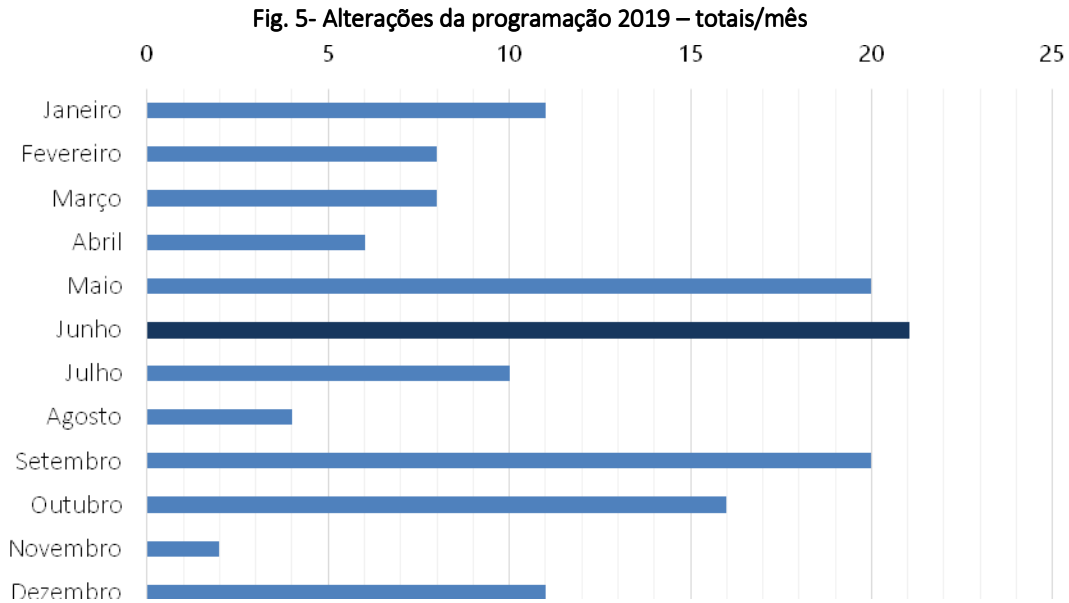
 Resultado mais alto.

Fig. 4- Alterações da programação – Evolução jan. - dez. 2019





Nas Figuras 3 e 4, pode observar-se a distribuição dos casos por meses ao longo de 2019, tendo-se registado o maior número de casos de alteração da programação no mês de junho, com um total de 21, logo seguido dos meses de maio e setembro, ambos com 20 casos. Por sua vez, o mês de novembro foi o que registou menor número de situações irregulares, com apenas duas.

No que se refere aos valores máximos registados por serviço de programas, por mês, observou-se que o maior valor de ocorrências (14) foi registado pela RTP2, em setembro, seguido pela TVI, com 12 ocorrências, em junho. Depois, a RTP1 apresentou dez ocorrências em dezembro e a SIC apenas apresentou quatro situações irregulares, em outubro.

Quanto aos valores mais baixos registados por serviço de programas, por mês, em face da amostra selecionada para análise, este ano destaca-se positivamente a SIC, que não registou qualquer alteração à sua programação em nove dos doze meses analisados. A RTP1 apresentou quatro meses sem qualquer alteração, a RTP2 apresentou três meses sem alterações e a TVI apenas nos últimos dois meses do ano não alterou a sua programação.

De acordo com a Figura 5, que espelha o número total de casos verificados em cada mês de 2019, pese embora os valores máximos de situações de alteração da programação recaiam nos meses de maio (20), junho (21) e setembro (20), não pode concluir-se por um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, uma vez que as motivações para os desvios apurados se subsumem a causas diversas, desde cobertura informativa de atos eleitorais (Legislativas 2019) e outros que motivaram “especiais de informação”, transmissões em direto de eventos desportivos de futsal, hóquei em patins, futebol, basquetebol, atletismo, ciclismo e tauromáquicos, eventos religiosos e sociais, bem como problemas técnicos e outras situações de natureza editorial.

De notar, contudo, que o valor máximo registado no mês de junho, na totalidade dos quatro serviços analisados, se ficou a dever em grande parte a situações identificadas na antena da TVI, as quais, após análise, deram origem à abertura de um processo contraordenacional por não se encontrarem abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

De acordo com a metodologia já apresentada, os dados oferecidos nas figuras supra englobam todas as situações de desvios da programação anunciada, quer no que se refere a programas emitidos antes/depois do horário anunciado, quer no que se refere a programas anunciados e não emitidos e/ou programas emitidos e não anunciados, nos quatro serviços de programas objeto da análise, RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo em conta a amostra selecionada, em 2019, de uma semana/mês.

Pese embora o total de 137 situações irregulares verificadas no decorrer de 2019, das quais 49 se registaram na TVI e 81 se registaram nos serviços de programas disponibilizados pelo operador público, RTP1 (36) e RTP2 (45), deverá esclarecer-se que os elevados números registados não consubstanciam, na esmagadora maioria dos casos, irregularidades face à lei, resultando assim da própria natureza dos acontecimentos transmitidos ou da necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas e casos de força maior, bem como do cumprimento de obrigações relacionadas com a concessão de serviço público de televisão, o qual faz impender sobre o operador público deveres específicos de cobertura informativa cujas situações, em concreto, se encontram quase sempre abrangidas pela exceção do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Tal como já referido, a grande maioria dessas alterações de programação ocorreram no serviço público de televisão, RTP1 e RTP2, e tiveram na sua base, para além do acompanhamento informativo da atualidade, várias transmissões desportivas em direto (Liga Sportzone de Futsal, Liga Placard de Futsal, Campeonato do Mundo de Hóquei em Patins, Jogos de Qualificação Europeu de Futebol 2020, Campeonato Nacional de Basquetebol, Campeonato do Mundo de Atletismo, Ciclismo Paris Tours 2019), eventos religiosos (Cerimónias do 13 de Maio em Fátima e outras missas especiais) e galas/espetáculos (Festival da Eurovisão da Canção, Prémios FIFA), bem como outras questões de nível técnico que não permitiram o cumprimento rigoroso da programação planeada pelo operador.

No que se refere ao serviço TVI, existiu uma grande discrepância de valores entre, por um lado, os máximos registados nos meses do primeiro semestre, principalmente maio e junho, e os restantes meses do último trimestre que, todos juntos, não contabilizaram mais do que seis alterações da programação.

Note-se que o Conselho Regulador da ERC determinou a instauração de dois processos contraordenacionais relativos ao “Anúncio da programação”, ambos contra o serviço TVI, por factos ocorridos nos primeiros dois trimestres de 2019, por entender que algumas das justificações apresentadas pelo operador para as alterações da programação apresentadas não estavam em linha com a exceção legal do n.º 3 do artigo 29.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Os referidos processos ainda não deram origem a qualquer decisão, encontrando-se em fase de instrução, onde o operador terá ainda oportunidade de apresentar a sua defesa.

2.2. COMPARAÇÃO – TRIÉNIO 2017/2019 (RTP1, RTP2, SIC e TVI)

Alterando a metodologia anterior, desde 2016 que o apuramento das alterações da programação não recaiu sobre a totalidade das emissões dos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, tendo-se orientado as análises regulares para o apuramento de uma semana/mês, aleatoriamente escolhida e aplicada aos quatro serviços referidos.

As alterações da programação apuradas ao longo do triénio (2017-2019) distribuíram-se da seguinte forma:

Fig.6 -Alterações da programação 2017/2019

TRIÉNIO	Alterações da programação				
	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Casos 2017 (n.º)	73	10	18	11	112
Casos 2018 (n.º)	15	29	10	7	61 ↓
Casos 2019 (n.º)	36	45	7	49	137 ↑

A evolução ao longo do triénio em análise não é homogénea, pois se o número de situações irregulares baixou drasticamente em 2018 (61), voltou novamente a subir em 2019 (137), com uma diferença de mais 76 casos de alteração da programação registados neste último ano, face ao ano imediatamente anterior.

A única descida gradual e consistente de casos no triénio verificou-se na SIC, que passou de 18 casos em 2017, para apenas sete em 2019. A TVI, que por sua vez vinha a consolidar uma tendência decrescente em anos anteriores, passou agora de sete casos, em 2018, para 49, em 2019, invertendo completamente essa tendência positiva. Igualmente, a RTP1 não manteve um percurso constante no triénio, que contou com descidas e subidas acentuadas, e a RTP2 aumentou todos os anos o número de casos de alteração da sua programação.

Contrariamente ao ano de 2017, em que foi possível estabelecer um padrão uniformemente seguido pelos serviços de programas no que respeita aos meses com maior volume de situações irregulares registadas, com os máximos totais de situações irregulares a mostrarem uma consistência com dois acontecimentos de relevo a nível nacional, ocorridos em janeiro e em junho (morte do Dr. Mário Soares e incêndios de Pedrógão Grande), tal não aconteceu nos anos seguintes, pois as causas que estiveram na base das alterações ocorridas na programação foram muito diversificadas e não tiveram correspondência em todos os serviços.

Ao longo do triénio, o Conselho Regulador da ERC determinou a abertura de três processos de contraordenação, um relativo às alterações da programação registadas no terceiro trimestre de 2017, no serviço de programas TVI (Deliberação ERC/2017/242 (PROG-TV), de 22 de novembro de 2017), tendo o mesmo terminado com decisão de admoestação (Deliberação 2018/227 (PROG-TV-PC), de 9 de outubro de 2018, e outros dois processos relativos às alterações da programação registadas nos primeiro e segundo trimestres de 2019, igualmente no serviço de programas TVI (Deliberação

ERC/2019/177 (PROG-TV), de 26 de junho de 2019, e Deliberação ERC/2020/44 (PROG-TV), de 11 de março de 2020), os quais ainda estão em fase inicial de instrução.

2.3. OUTROS SERVIÇOS DE PROGRAMAS ANALISADOS

Em 2019, para além das verificações regulares aos serviços de programas de acesso não condicionado livre nacionais, RTP1, RTP2, SIC e TVI, foi ainda acompanhado o desempenho dos seguintes serviços de programas:

- Cinemundo, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Cinemundo, Lda.;
- DStv Pipoca, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador Cinemundo, Lda.;
- Canal BLAST (anteriormente denominado CINEXPLODE), temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.;
- Hollywood, temático de cinema, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.;
- HOT TV, temático de natureza sexual para adultos, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador FILMES HOTGOLD-Cinema, Vídeo e Distribuição, S.A.;
- SIC K, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.;
- TXILLO (anteriormente denominado DStv Kids), temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito internacional, do operador SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.;
- Canal Panda, temático infantil e juvenil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.;
- BIGGS, temático infantil, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Dreamia – Serviços de Televisão, S.A.;
- Sporting TV, temático de desporto, de acesso não condicionado com assinatura e âmbito nacional, do operador Sporting – Comunicação e Plataformas, S.A.;
- SPORT TV5 (anteriormente denominado SPORT TV LIFE), temático de desporto, de acesso condicionado e âmbito nacional, do operador SPORT TV PORTUGAL, S.A.

Esta verificação foi efetuada por amostragem, tendo-se contemplado, aleatoriamente, uma ou várias semanas de 2019 por cada serviço de programas fiscalizado:

Fig.7 – Amostra analisada em 2019 – outros serviços de programas analisados

Amostra "AP" – Outros serviços				
Serv. prog.	Meses	Semana n.º	Dias	Total Alterações (n.º)
Cinemundo	Março	11	11 a 17	0
		12	18 a 24	
	Maio	20	13 a 19	
		21	20 a 26	
DStv Pipoca	Junho	23	3 a 9	0
Canal BLAST	Agosto	33	12 a 18	0
Hollywood	Junho	26	24 a 30	6
	Julho	27	1 a 7	
	Setembro	39	23 a 29	
	Outubro	41	7 a 13	
HOT TV	Junho	n.a.	1 a 30	8
SIC K	Março	12	18 a 24	1
	Abril	15	8 a 14	
		20	13 a 19	
Maio	21	20 a 26		
	TXILLO	Agosto	33	12 a 18
Canal Panda	Junho	26	24 a 30	0
	Julho	27	1 a 7	
	Outubro	41	7 a 13	
		42	14 a 20	
BIGGS	Junho	26	24 a 30	0
	Julho	27	1 a 7	
	Outubro	41	7 a 13	
		42	14 a 20	
Sporting Tv	Abril	14	1 a 7	61
		17	22 a 28	
	Maio	20	13 a 19	
	Junho	25	17 a 23	
SPORT TV5	Julho	30	22 a 28	68
	Agosto	32	5 a 11	
	Outubro	43	21 a 27	
	Novembro	45	4 a 10	

As análises foram realizadas recorrendo à comparação entre a grelha de programação anunciada e previamente divulgada – cujo *upload* foi em grande parte diretamente efetuado pelos operadores na aplicação criada para o efeito, “Análise de Grelhas de Programação TV”, com a antecedência prevista na LTSAP – e a emissão efetiva.

Os casos de desvio dos horários de programas inferiores ou iguais a três minutos e os programas com duração total igual ou inferior a cinco minutos não foram considerados para efeitos desta verificação.

Todas as análises ao anúncio da programação dos serviços referidos na Figura 7 foram realizadas através da abertura de processos autónomos de fiscalização, sendo um dos objetos a verificação do cumprimento das normas vertidas no art.º 29.º, n.ºs 1 e 2, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Esses apuramentos, posteriormente, serão inseridos na análise global efetuada para efeitos da avaliação intercalar das autorizações, nos termos dos artigos 23.º e 97.º, n.º 2 e 3, da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido. Através dessa avaliação intercalar, a ERC elabora um relatório relativo ao cumprimento das obrigações e condições a que os operadores se encontram vinculados, nas quais se insere o respeito pelo anúncio da programação.

Tal como se pode observar no quadro da Figura 7, os serviços Cinemundo, DStv Pipoca, Canal BLAST, TXILLO, Canal Panda e BIGGS mostraram um respeito integral da norma aplicável em termos de “anúncio da programação”. Para o efeito terá contribuído, para além de um apertado controlo interno, o facto de estes serem serviços com programas em direto quase inexistentes, cuja programação assenta em filmes e séries (incluindo as animadas, nos serviços infantis), o que assegura um maior grau de previsibilidade na sequência programada dos conteúdos em grelha e a sua efetiva emissão nos horários estabelecidos.

Contrariamente, no que respeita aos serviços temáticos de desporto analisados, Sporting TV e SPORT TV 5, nas quatro semanas analisadas, as alterações ocorridas na programação destes serviços ascenderam, respetivamente, às 61 e 68. No entanto, atentas as circunstâncias em que ocorreram as alterações, concluiu-se que, na sua maioria, foram causadas pela duração superior ou inferior ao previsto de transmissões de eventos desportivos, sendo que a duração dos eventos desportivos não é da responsabilidade do operador, apesar de existir um compromisso de transmissão por este assegurado. A generalidade das alterações de programação resultou, assim, das características temáticas de um serviço de programas de desporto, centrado essencialmente na transmissão de eventos desportivos, muitos em direto, que pela sua natureza não permitem uma estabilização da grelha de programação. Assim, no âmbito das verificações efetuadas em matéria de anúncio de programação destes serviços de desporto, as alterações programáticas, geralmente enquadradas na natureza específica dos referidos serviços, puderam ser justificadas ao abrigo da norma de exceção do n.º 3, do artigo 29.º, da LTSAP.

Nos restantes serviços analisados, Hollywood, HOT TV e SIC K, pese embora se tenham registado alterações na programação nos períodos analisados (quatro semanas), estas não ultrapassaram as seis, no Hollywood, oito, no HOT TV e, apenas uma, no serviço SIC K. Sendo os desvios no alinhamento da programação pontuais e com um impacto diminuto na restante programação, aliado à circunstância de não terem originado quaisquer queixas dos telespetadores, os procedimentos de fiscalização foram arquivados.

Não obstante a não abertura de qualquer procedimento contraordenacional em face das alterações à programação identificadas, todos os operadores foram notificados das avaliações efetuadas e alertados, nos casos em que se justificou, para um cumprimento escrupuloso das normas aplicáveis quanto ao “anúncio da programação”, contidas no artigo 29.º, da LTSAP.

3. ANÁLISE DOS CASOS DE ALTERAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

Em cumprimento da norma do n.º 1 do artigo 29.º da LTSAP, os operadores que exercem a atividade televisiva têm o dever de informar, com razoável antecedência e de forma adequada ao conhecimento pelo público, sobre o conteúdo e alinhamento da programação nos serviços de programas que disponibilizam. Não obstante, a esse dever poderão sobrepor-se exigências relacionadas com a própria natureza dos eventos transmitidos, ou com a necessidade de cobertura informativa de ocorrências imprevistas, ou designados casos de força maior, inseridas na liberdade editorial e dever de informação, que o legislador igualmente acautelou.

Para que possam ser devidamente avaliadas, os operadores devem comunicar à ERC todas as alterações que ocorrerem na programação emitida em antena, em face da programação antecipadamente comunicada à ERC e ao público em geral, e as circunstâncias em que estas ocorreram. As comunicações recebidas poderão ser suficientes para que as situações irregulares detetadas nas análises regulares sejam consideradas justificadas, tendo em conta o regime de exceção previsto no n.º 3, do artigo 29.º, da LTSAP.

Assim, pese embora um serviço de programas se possa ter desviado várias vezes da sua programação inicial (aquela que comunicou à ERC e ao público em geral), o mesmo não significa *a priori* que tais alterações não tenham uma justificação que se enquadre na norma de exceção.

De acordo com as verificações mensais efetuadas nos serviços de programas RTP1, RTP2, SIC e TVI, ao longo de 2019, e tendo em conta a amostra selecionada, correspondente a uma semana/mês, registou-se um total de 137 situações de alteração da programação, muitas das quais, após análise dos motivos que as originaram, foram tidas como justificadas, por enquadráveis nas exceções consagradas na lei ou, em casos especiais, relevadas pelo Conselho Regulador da ERC, pela sua inexpressividade na análise geral e programação subsequente. As situações relevadas foram, todavia, identificadas e comunicadas aos operadores, e estes alertados para o escrupuloso cumprimento dos normativos legais aplicáveis.

Quanto aos serviços disponibilizados pelo operador público, RTP1 e RTP2, as alterações decorreram, em grande parte, do cumprimento das obrigações contidas no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão (CCSPRT), designadamente quanto à cobertura de provas desportivas e outros eventos.

No âmbito das análises efetuadas no decurso de 2019, foi possível identificar as causas mais frequentes das ocorrências consideradas justificadas nos quatro serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, as quais não têm mostrado grandes oscilações ao longo dos anos anteriormente analisados, bem como se verificam de uma forma geral em todos os quatro serviços, a saber: (i) Necessidade de cobertura informativa imediata de factos de interesse público, nomeadamente no que respeita à vida política do país; (ii) Manifestações desportivas, eventos civis, religiosos e outros, transmitidos em direto, cuja duração não é da responsabilidade do operador; (iii) Homenagens a personalidades públicas por altura da sua morte; (iv) Problemas técnicos

(próprios ou de terceiros) suscetíveis de causar perturbações na continuidade da emissão.

No sentido inverso, as justificações apresentadas pelos operadores que não se enquadram nas exceções consagradas na lei e que não legitimam as alterações de programação delas decorrentes continuam a ter origem, na maioria dos casos verificados, em erro humano e em opções de natureza editorial deliberadamente tomadas no decurso da emissão.

PUBLICIDADE TELEVISIVA

1. VISÃO GLOBAL

Os deveres dos operadores de televisão relativamente ao tempo reservado à publicidade televisiva e televenda nos seus serviços de programas encontram a sua consagração no artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pela Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, e Lei n.º 40/2014, de 9 de julho (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Em 2019, procedeu-se à verificação, por amostragem, do cumprimento do tempo reservado à publicidade nos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI.

Foram monitorizadas, com base numa amostra semanal, as emissões dos serviços de programas temáticos Cinemundo, DSTV Pipoca, SIC K, Sporting TV, Panda, Biggs, Hot TV, Hollywood, Blast, Txillo, Sport TV5 e Kuriakos TV.

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

2. AMOSTRA E METODOLOGIA

O universo de análise da avaliação recaiu sobre as 24 horas de emissão relativas a toda a programação, em períodos temporais delimitados aleatoriamente, com recurso ao visionamento de gravações das emissões e à informação da base de dados da Mediamonitor/Yumi.

A fiscalização da emissão dos três serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI, teve por base uma amostra coincidente com uma semana de cada mês, analisadas cumulativamente no final de cada trimestre. A amostra dos restantes serviços abrangeu uma/duas semanas ou um mês de emissão.

O n.º 2 do artigo 40.º exclui da contagem do tempo reservado à publicidade «[...] as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televendas, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não sejam próprios, diretamente relacionados com os programas dos operadores televisivos».

Deve ainda ter-se presente o disposto no artigo 41.º-C, designadamente que «[o] tempo de emissão destinado à identificação do patrocínio, colocação de produto e de ajuda à produção, bem como o destinado à difusão de mensagens que digam respeito a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidos gratuitamente no serviço de programas televisivos ou de serviços audiovisuais a pedido, não está sujeito a qualquer limitação».

A fim de delimitar o objeto da análise, foram retirados desta contabilização o tempo dedicado às mensagens mais longas de televendas, os designados blocos de televenda, assim como os tempos de telepromoções, por serem inseridos nos programas.

Fig.1 – Amostra 2019 – RTP1, SIC e TVI

Amostra Publicidade Televisiva	
Meses	Semanas/Dias
Janeiro	3 – 14 a 20
Fevereiro	8 – 18 a 24
Março	12 – 18 a 24
Abril	15 – 08 – 14
Maio	20 – 13 a 19
Junho	25 – 17 a 23
Julho	27 – 01 a 07
Agosto	33 – 12 a 18
Setembro	39 – 23 a 29
Outubro	41 – 07 a 13
Novembro	46 – 11 a 17
Dezembro	51 – 16 a 22

Fig. 2 – Amostras dos serviços temáticos - 2019

Serviços de programas	Tempo de publicidade (semanas).	Ins. Pub (período)
Cinemundo	março (11 e 12) – maio (20 e 21)	20 a 26 junho
SIC K	março (12) - abril (15)	-
Sporting TV	abril (14 e 17) maio (20) - junho (25)	17 a 23 de junho
SIC K	maio (20 e 21)	20 a 26 de maio
DSTV Pipoca	junho (23)	3 a 9 de junho
Canal Panda	junho (26) - julho (27)	24 a 30 de junho
Biggs	junho (26) - julho (27)	01 a 7 de julho
HOT TV	junho (26)	24 a 30 de junho
Hollywood	junho (26) - julho (27)	01 a 7 de julho
Kuriakos TV	julho (29)	21 a 27 de julho
Sport TV5	julho (30) - agosto (32)	5 a 11 de agosto
Blast	agosto (33)	12 a 18 de agosto
Txillo	agosto (33)	12 a 18 de agosto
Hollywood	setembro (29) – outubro (41)	-
Panda	outubro (41 e 42)	-
Biggs	outubro (41 e 42)	-
Sport TV5	outubro (43) novembro (45)	
Kuriakos TV	novembro (45) dezembro (51)	-

3. TEMPO RESERVADO À PUBLICIDADE TELEVISIVA

A verificação do cumprimento do limite de tempo reservado à publicidade foi efetuada tendo presente o disposto no n.º 1 do artigo 40.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, alterada pelas Leis n.º 8/2011, de 11 de abril e n.º 40/2014, de 9 de julho, que prevê

que o tempo destinado a estas mensagens, «em cada período compreendido entre duas unidades de hora, não pode exceder 10 % ou 20 % consoante se trate de serviços de programas televisivos de acesso condicionado ou de serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre ou não condicionado com assinatura», tendo sido excluídas da contagem do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no n.º 2 do referido artigo, designadamente as autopromoções, as telepromoções e os blocos de televenda, bem como a produção de produtos conexos, ainda que não próprios, diretamente relacionados com os programas dos operadores.

Foram ainda objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade as mensagens previstas no artigo 41.º-C, da LTSAP, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, designadamente a identificação do patrocínio, a colocação de produto, a ajuda à produção e, ainda, as mensagens respeitantes a serviços públicos ou fins de interesse público e apelos de teor humanitário transmitidas gratuitamente.

A lista das campanhas de publicidade transmitidas gratuitamente é enviada mensalmente pelos operadores à ERC, contendo, entre outras informações, a identificação das mensagens e os respetivos anunciantes.

Esse apuramento passa, assim, por uma avaliação casuística das campanhas elencadas pelo operador, com recurso à sua visualização, a fim de se apurar se as mesmas encerram em si os requisitos necessários ao seu enquadramento na norma de exceção do artigo 41.º-C, da LTSAP.

Nos termos da alínea b) do n.º 3 do artigo 24.º, dos Estatutos da ERC, compete a esta Entidade «fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos publicitários, nas matérias cuja competência não se encontre legalmente conferida ao Instituto do Consumidor e à Comissão de Aplicação de Coimas em Matéria Económica e de Publicidade ou a quaisquer outras entidades previstas no regime jurídico da publicidade».

Em resultado das análises efetuadas e observados os critérios de exclusão previstos nas normas supramencionadas (com margem de seis segundos), foram apurados, em 2019, na SIC, dois casos, e na TVI um caso de excessos de publicidade. Na RTP1 não se registou nenhuma situação de ultrapassagem de publicidade comercial, nos termos do disposto no artigo 40.º da LTSAP.

Em 2019, o Conselho Regulador da ERC propôs a abertura de um processo de contraordenação, relativo ao tempo de publicidade registado no serviço de programas SIC, no 1.º trimestre de 2019, (Deliberação ERC/2019/176 (PUB-TV), de 26 de junho de 2019, que se encontra em fase de instrução).

Relativamente aos 17 serviços temáticos fiscalizados, não se registaram infrações significativas, pelo que todos os processos foram arquivados.

No que diz respeito à verificação do limite previsto no n.º 1, da Cláusula 23.ª, do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, que limita a publicidade comercial, exibida na RTP1, a um máximo de seis minutos por hora, e tendo em atenção o disposto no n.º 6, da mesma Cláusula, não foram identificadas situações com mais de seis minutos.

4. REGRAS DE INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NA TELEVISÃO

No que se refere à inserção de publicidade televisiva, foram verificados determinados princípios relacionados com a colocação de marcas, produtos e serviços nos programas, assim como as obrigações em matéria de sinalética, conforme disposto nos artigos 40.º-A (Identificação e separação), 40.º- B (Inserção), 40.º – C (Telepromoção), 41.º (Patrocínio) e 41.º-A (Colocação de produto e ajuda à produção), da LTSAP.

Foi ainda verificado o princípio de identificação de programas, de acordo com o disposto no artigo 42.º da LTSAP, que refere que «os programas devem ser identificados e conter os elementos relevantes das respetivas fichas artística e técnica».

Nesta matéria verificou-se um desempenho regular no cumprimento das normas, não tendo sido identificadas situações de inobservância.

5. AVALIAÇÃO DO IMPACTO DOS INTERVALOS NA EMISSÃO DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE

5.1 TEMPO DEDICADO AOS INTERVALOS NA EMISSÃO

Na Figura 3 são apresentados os tempos e as percentagens da emissão ocupada com os intervalos, em 2019.

Fig. 3 – Tempo de emissão e percentagem dedicada aos intervalos-2019

Serviços de programas	Emissão (h)	Intervalos (h)	(%)
RTP1	8760	1830	20,9%
RTP2	8760	354	4,0%
SIC	8760	2363	27,0%
TVI	8760	2405	27,5%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A TVI registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com espaços de intervalo, o que corresponde a 27,5 % da emissão do serviço, seguindo-se a SIC, com 27 %. A RTP1 ocupou uma percentagem inferior, com 20,9 % da emissão, e a RTP2 não foi além dos 4 %.

De referir que os resultados da RTP1 e da RTP2 refletem a limitação mais restritiva a que estão sujeitos estes serviços, nos termos impostos pelo n.º 1 da cláusula 23.ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, que prevê que a RTP1 apenas possa emitir seis minutos por hora de publicidade comercial. Esta é totalmente proibida na RTP2, pelo que a composição dos intervalos é predominantemente constituída por autopromoções, patrocínios e publicidade institucional.

5.2 TEMPO DEDICADO ÀS DIVERSAS MENSAGENS QUE COMPÕEM OS INTERVALOS – RTP1, SIC E TVI

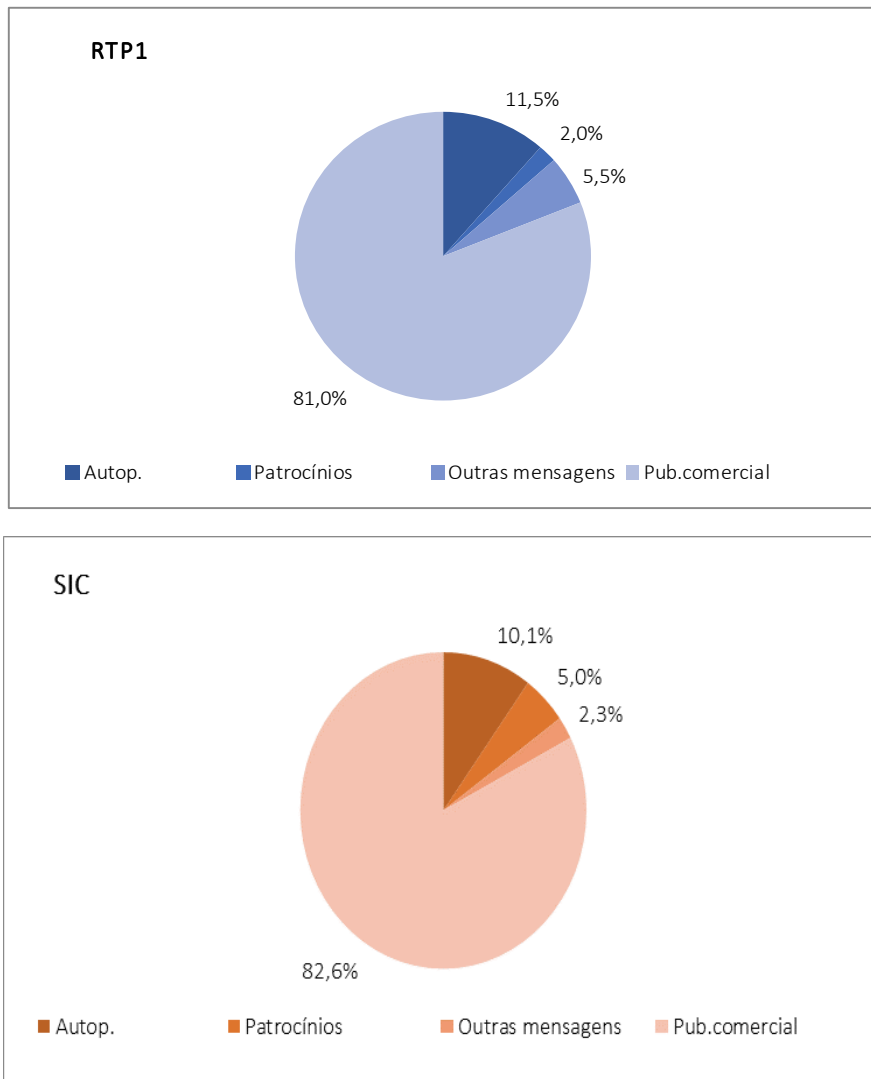
Realizou-se uma análise global com os tempos das principais comunicações comerciais audiovisuais que não integram a tradicional publicidade televisiva e tevenda, tendo originado a elaboração de um quadro representativo da composição dos intervalos publicitários, em 2019, conforme demonstrado na Figura 4.

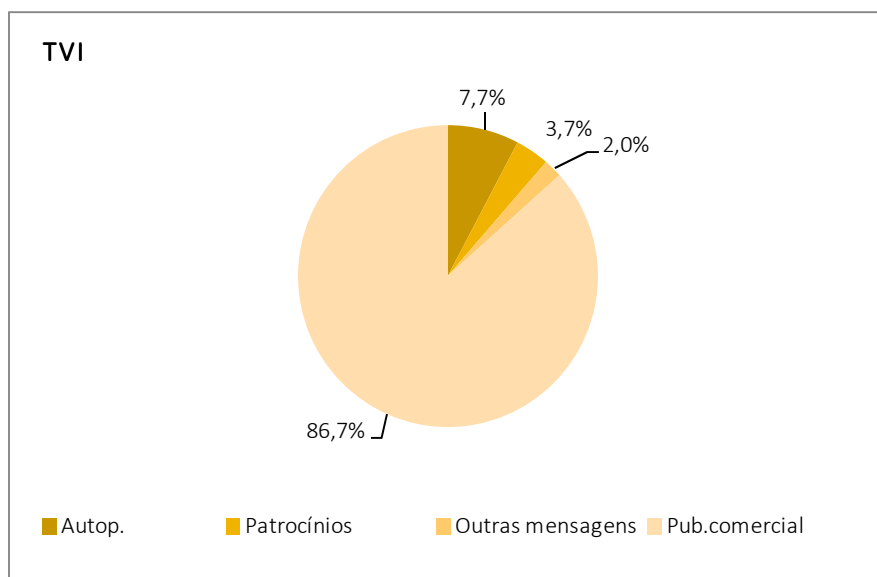
Fig. 4 – Composição dos intervalos (em horas) – 2019

Serviços de programas	Intervalos	Autopromoções	Patrocínios	Mensagens gratuitas	Pub. comercial
RTP1	1830	210	37	100	1483
SIC	2363	238	119	54	1952
TVI	2405	184	88	48	2085

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

Fig.5 – Intervalos (%)-2019





Nos três serviços de programas, RTP1, SIC e TVI, as maiores percentagens foram ocupadas pelas autopromoções, com destaque para a RTP1 com 11,5 %, seguida pela SIC com 10,1 %.

Quanto à apresentação dos patrocínios, a SIC, apresentou a maior percentagem, com 5,0 % e a RTP1, a menor, com 2,0 %.

As designadas “outras mensagens”, apresentaram maior expressão na RTP1, com 5,5 %, o que decorre da limitação de exibição de publicidade comercial, sendo que, nos privados, a expressão é menor, nomeadamente na TVI.

Atendendo a que as mensagens identificadas, nas Figuras 4 e 5, são objeto de exclusão do tempo reservado à publicidade, por não estarem sujeitas a qualquer limitação, nos termos do artigo 41.º-C, da LTSAP, verifica-se que o tempo de intervalo restante é preenchido com publicidade comercial.

A TVI foi o serviço que mais tempo dedicou à publicidade comercial no conjunto dos intervalos, com 86,7 %.

Fig. 6 - Tempo de emissão e blocos de televenda – 2019

Serviços de programas	Emissão (h)	Blocos de televenda (h)	(%)
RTP1	8760	811	9,3%
SIC	8760	583	6,7%
TVI	8760	556	6,3%

Fonte: YUMI/ Mediamonitor

A RTP1 registou o valor mais elevado no que respeita ao número de horas preenchidas com blocos de televenda, o que corresponde a 9,3 % do tempo de emissão, seguida da SIC, com 6,7 %, e, por último, a TVI, com 6,3 %.

Face ao ano anterior, a RTP1 apresentou um aumento de cerca de 3 % do número de horas de blocos de televendas.

ACESSIBILIDADE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

1. VISÃO GLOBAL

O Plano Plurianual, aprovado pela Deliberação ERC/2016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, definiu um conjunto de obrigações para alguns serviços de programas do operador de televisão de serviço público e para os operadores privados com serviços de programas generalistas e temáticos de informação de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional.

Nos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, do serviço público de televisão, em matéria de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, a RTP1 não atingiu o mínimo estabelecido no Plano Plurianual, entre as semanas 20 e 51.

Contudo, as irregularidades registadas foram relevadas, tendo em conta a natureza da programação e a fundamentação apresentada à ERC. Por sua vez, a RTP2 excedeu as metas estabelecidas em todas as semanas analisadas.

No que respeita à língua gestual portuguesa, ambos os serviços de programas cumpriram o Plano Plurianual, sendo de destacar que a RTP1 excedeu largamente o mínimo obrigatório, em todas as semanas da amostra.

Na acessibilidade referente à audiodescrição, os serviços de programas televisivos do operador público, RTP1 e RTP2, atingiram os objetivos anuais fixados no Plano Plurianual, sendo de salientar que a RTP2 disponibilizou quase o dobro de programação com audiodescrição face ao que é estabelecido pelo Plano Plurianual.

O serviço de programas temático de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa, RTP3, bem como os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito regional, RTP Madeira e RTP Açores, cumpriram o Plano Plurianual na totalidade das semanas analisadas no que concerne a acessibilidade de língua gestual portuguesa.

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, SIC e TVI, cumpriram e ultrapassaram as obrigações previstas em matéria de acessibilidades, como legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, língua gestual portuguesa e audiodescrição.

Quanto aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, Porto Canal, TVI24 e SIC Notícias, a obrigatoriedade de três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa foi cumprida.

O CMTV não atingiu os mínimos em todas as semanas analisadas, contudo as irregularidades foram relevadas tendo em conta as médias semanais.

Salienta-se, nesta matéria, o Porto Canal, que superou de forma significativa, e em todas as semanas analisadas, o volume mínimo de horas de programação com interpretação por meio de língua gestual portuguesa.

De assinalar também o cumprimento generalizado das “Regras Complementares” do Plano Plurianual, num ano particularmente intenso em atos legislativos, pese embora se tenham registado três infrações com abertura de processos contraordenacionais, as únicas na área das acessibilidades para o total do ano de 2019.

As obrigações previstas no Plano Plurianual, aplicáveis ao período atual terminam em dezembro de 2020, pelo que a informação recolhida sobre a prática dos diversos operadores constitui um contributo decisivo para traçar o conjunto de deveres a integrar num futuro Plano em 2021.

Assim, considerou-se oportuno integrar no presente capítulo uma breve abordagem dos conteúdos que têm beneficiado de ferramentas de acessibilidade, em particular no que respeita aos serviços de programas generalistas.

Pode concluir-se que a oferta de conteúdos acessíveis se apresenta estável e consolidada, sendo oportuno que os operadores venham a assumir crescentes responsabilidades nesta matéria, evoluindo para metas de acessibilidade mais ambiciosas não só em termos de horas de programação, mas também de uma maior diversidade de géneros programáticos.

Importa ainda dar nota positiva e incentivar a boa prática dos operadores de fazer acompanhar os programas por mais de uma acessibilidade, sempre que adequado.

2. ENQUADRAMENTO

O Plano Plurianual aprovado pela Deliberação ERC72016/260 (OUT-TV), de 30 de novembro, que entrou em vigor a 1 de fevereiro de 2017, define o conjunto de obrigações para os operadores de televisão sujeitos à jurisdição nacional em matéria de acessibilidade dos programas televisivos por pessoas com necessidades especiais, com recurso a legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, à interpretação por meio de língua gestual portuguesa e à audiodescrição, para o período de 1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2020, segmentado em períodos temporais distintos (1 de fevereiro de 2017 a 31 de dezembro de 2018 e 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020). O referido Plano estipula obrigações distintas para o serviço público de televisão e para os operadores privados.

Assim, para o período que decorreu entre 1 de janeiro de 2019 e 31 de dezembro de 2019, no que respeita ao operador público de televisão, para os seus serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional (RTP1 e RTP2), entre as 8h00 e as 2h00, e para o serviço de programas de acesso não condicionado com assinatura vocacionado para a área informativa (RTP 3), entre as 08h00 e as 00h00, e ainda para os serviços de televisão regionais, RTP Madeira e RTP Açores, entre as 8h00 e as 2h00, o Plano Plurianual determina um conjunto de obrigações detalhadas na Figura 1.

Fig.1 – Serviço público de televisão – Obrigações do Plano Plurianual

PLANO PLURIANUAL (1 de jan. 2019 a 31 de dez. 2020) - SERVIÇO PÚBLICO					
Serviços de programas	RTP 1	RTP2	RTP3	RTP MADEIRA	RTP AÇORES
LEG	20h /semana - Programas de natureza informativa, ficção, documentários ou <i>magazines</i> culturais				
LGP	12h /semana - Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno integral por semana na RTP1 e diário na RTP2, se constar da grelha		6h /semana - Programas de natureza informativa, incluindo dois serviços noticiosos por semana	6h / semana - Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa	
AUD	70h /ano - Programas de ficção ou documentários	20h /ano - Programas de ficção ou documentários			

Os operadores privados de televisão, detentores de serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, terão de cumprir, entre as 8h00 e as 2h00, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020, as obrigações que constam da Figura 2.

A estas obrigações acrescem as que se aplicam aos serviços de programas generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional.

Fig.2 – Operadores privados de televisão - Obrigações do Plano Plurianual

PLANO PLURIANUAL (1 de jan. 2019 a 31 de dez. 2020) - PRIVADOS						
Serviços de programas	SIC	TVI	CMTV	PORTO CANAL	SIC N	TVI 24
LEG	18h/semana - Programas de natureza informativa, ficção, documentários ou <i>magazines</i> culturais					
LGP	8h/semana - Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno integral por semana		3h/semana - Programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, incluindo um serviço noticioso noturno por semana			

Com o objetivo de verificar o cumprimento do Plano Plurianual, foram efetuadas análises por amostra, com vista ao apuramento dos tempos de Legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva (LEG), Língua Gestual Portuguesa (LGP) e Audiodescrição (AUD).

Relativamente à verificação dos tempos LEG e LGP foram efetuadas análises por amostra constituída por uma semana por cada mês do ano 2019.

Quanto aos tempos de AUD, foi efetuada uma análise que abrange o universo total da emissão do ano 2019, uma vez que as obrigações relativas a esta acessibilidade são definidas para o período de um ano.

Foram alvo de análise os serviços de programas generalistas nacionais de acesso não condicionado livre, RTP1, RTP2, SIC e TVI, os serviços de programas regionais do operador público, RTP Madeira e RTP Açores, os generalistas de acesso não condicionado com assinatura, Porto Canal e CMTV, e os temáticos de informação, RTP3, SICN e TVI24.

Como fonte de pesquisa, foram usadas bases de dados YUMI (MMW/Mediamonitor) e o visionamento das emissões das respetivas emissões e informação adicional do operador, sempre que necessário.

3. SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO

3.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Fig.3 – Tempos de programas com LEG e LGP (hh:mm:ss)

2019	RTP1		RTP2	
	LEG-20h	LGP-12h	LEG-20h	LGP-12h
3	23:24:30	52:46:48	36:04:02	19:22:16
8	24:09:36	54:06:53	38:32:30	18:13:12
12	24:01:11	42:57:41	28:42:36	19:05:54
15	21:46:05	52:00:50	40:15:25	19:53:18
20	18:07:13	57:03:29	36:07:50	18:25:32
25	13:35:41	55:11:09	47:14:15	17:18:07
27	12:17:46	29:29:20	33:02:44	11:59:08
33	14:30:21	33:30:57	36:47:52	14:16:37
39	18:50:04	58:07:58	21:15:02	15:01:33
41	16:19:29	52:11:13	41:21:30	17:25:29
46	16:25:11	51:29:24	55:40:04	15:21:41
51	18:43:12	47:44:17	35:38:29	20:50:19

Fig.4 – Tempos de programas com AUD (hh:mm:ss)

2019	RTP1	RTP2
Semanas	AUD-70h	AUD-20h
1	00:49:20	00:00:00
2	00:35:32	00:00:00
3	03:01:20	00:00:00
4	05:30:27	00:00:00
5	07:01:27	00:00:00
6	04:44:54	00:00:00
7	05:18:12	00:00:00
8	01:42:04	00:00:00
9	00:00:00	00:00:00
10	00:00:00	00:00:00
11	04:18:35	00:00:00
12	03:39:48	01:33:16
13	00:00:00	01:16:36
14	01:44:32	02:36:19
15	00:00:00	00:00:00
16	00:00:00	02:44:55
17	00:00:00	00:00:00
18	00:00:00	00:00:00
19	02:33:09	00:00:00
20	00:00:00	00:00:00
21	00:00:00	00:00:00
22	00:00:00	00:00:00
23	02:57:55	00:00:00
24	00:44:09	01:15:02
25	00:44:47	01:40:11
26	00:43:44	02:55:17
27	01:33:29	02:05:20
28	00:00:00	02:05:19
29	00:00:00	01:15:12
30	00:44:14	01:35:02
31	02:26:08	01:40:28
32	00:45:04	00:00:00
33	00:44:24	00:00:00
34	00:44:51	00:00:00
35	01:37:49	00:00:00
36	03:21:03	00:00:00
37	00:43:53	00:00:00
38	02:30:57	01:01:07

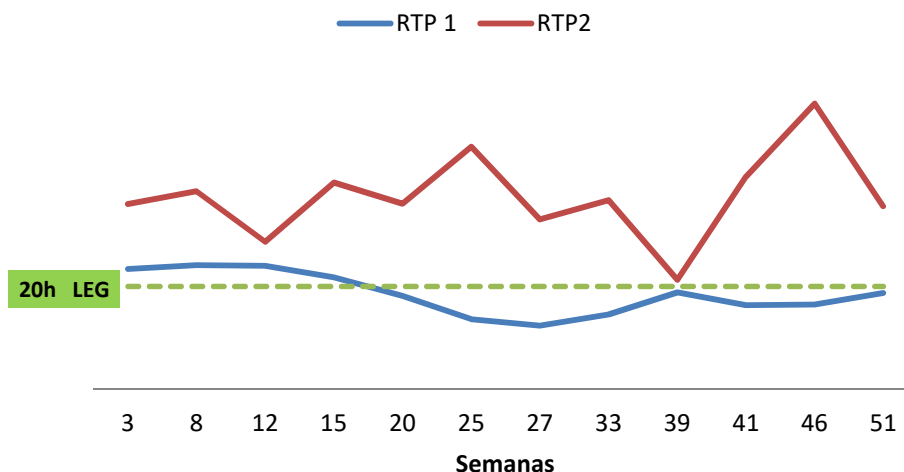
39	02:48:32	02:13:55
40	00:55:53	00:00:00
41	02:16:20	01:56:11
42	01:27:47	00:00:00
43	01:36:39	01:42:39
44	01:27:11	01:57:17
45	01:30:10	00:00:00
46	01:29:55	00:00:00
47	01:28:38	01:41:04
48	00:42:40	01:22:12
49	01:32:58	01:33:35
50	01:28:13	00:00:00
51	03:16:14	00:00:00
52	01:29:01	00:00:00
Total	84:51:58	36:10:57

3.1.1. LEGENDAGEM ESPECIFICAMENTE DESTINADA A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

Os serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de cobertura nacional, RTP1 e RTP2, de acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, têm de garantir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, vinte horas semanais de programas de natureza informativa, de ficção, documentários ou *magazines* culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

Para efeitos da contagem de horas de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, não são considerados os programas de natureza informativa, transmitidos em direto. Esta programação é acompanhada de “legendagem automática”, a qual não é especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva.

Fig.5 – Evolução de programas com LEG – RTP1 e RTP2



De acordo com os dados, a RTP1 atingiu um volume de tempo máximo de cerca de 24h09m (semana 8) e um mínimo de 12h17m (semana 27), não tendo este serviço atingido o volume de horas mínimo em oito das doze semanas analisadas em 2019 (20 a 51), pelo que não cumpriu o mínimo de 20 horas, conforme previsto no Plano Plurianual.

Ainda que a meta não tenha sido atingida nos casos identificados, o operador apresentou justificações consideradas válidas face à liberdade de programação, conforme o ponto 13.8 da secção III. “Regras complementares” do Plano Plurianual, e igualmente confirmado pela ERC através de visionamento da emissão, e que permitiu obviar situações de incumprimento.

No global, o número de horas foi insuficiente devido ao 1) reduzido número de programas emitidos nos géneros e critérios elegíveis, para o efeito; 2) as transmissões de eventos que provocaram alterações da grelha de programação, designadamente em horários preenchidos com programas integrados no género de ficção; 3) a insuficiência do número de horas emitidas nos géneros passíveis de serem adaptados; 4) e missão de determinados programas de interesse generalizado do público que não são elegíveis no âmbito do Plano Plurianual, em períodos de grelha habitualmente com emissão de programas de ficção.

O serviço de programas RTP2 registou um volume de horas que variou entre as 21h15m (semana 39) e as 55h40m (semana 46) de programas com legendagem, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual, ultrapassando largamente os valores previstos em todas as semanas da amostra.

A análise na ótica de género, no que concerne a legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, denota que a RTP1 dedica a maior parte da programação com esta acessibilidade a conteúdos de ficção. Seguem-se os documentários, os *magazines* culturais e notícias/informação, numa proporção de géneros relativamente estável ao longo de 2019. A RTP2 dedica, também, maior programação com esta acessibilidade a conteúdos de ficção, documentários e *magazines* culturais. Em número menos expressivo, apresenta programação no género infantil-juvenil, nas semanas 15 a 25 e, por fim, programas de informação (com pouco destaque).

Fig. 6 – RTP1 – Géneros de programas com LEG

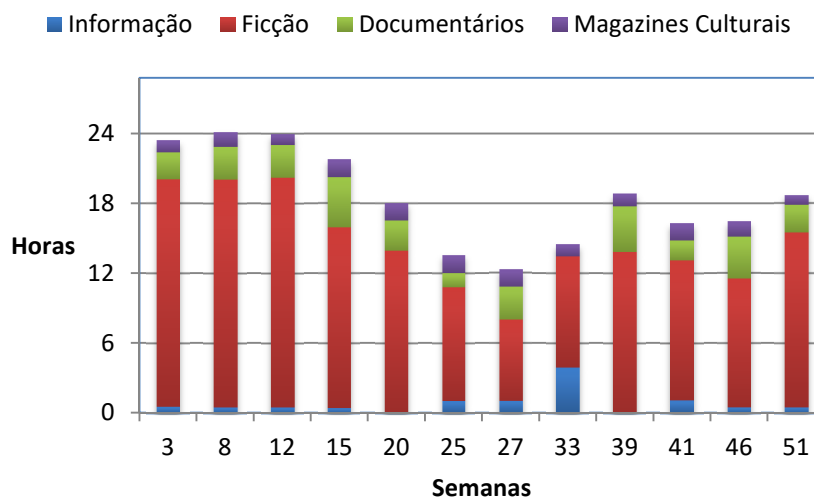
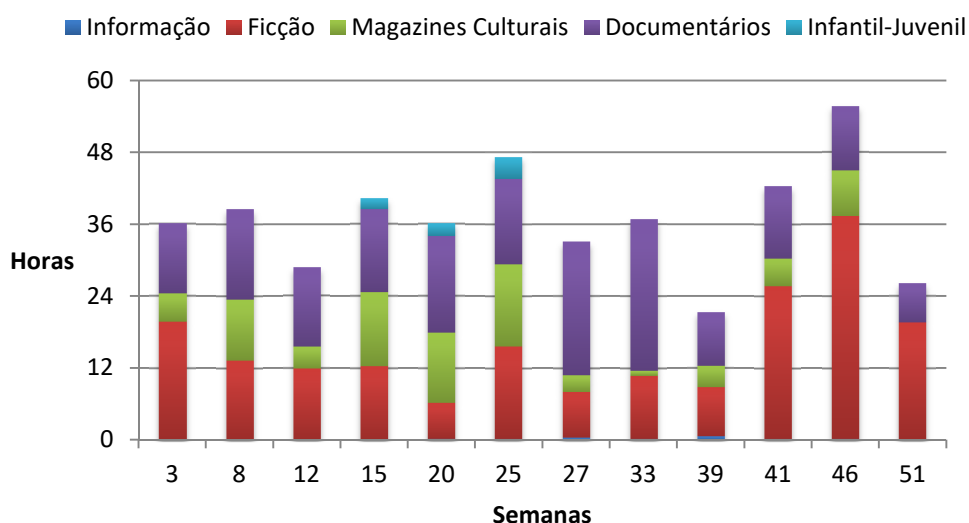


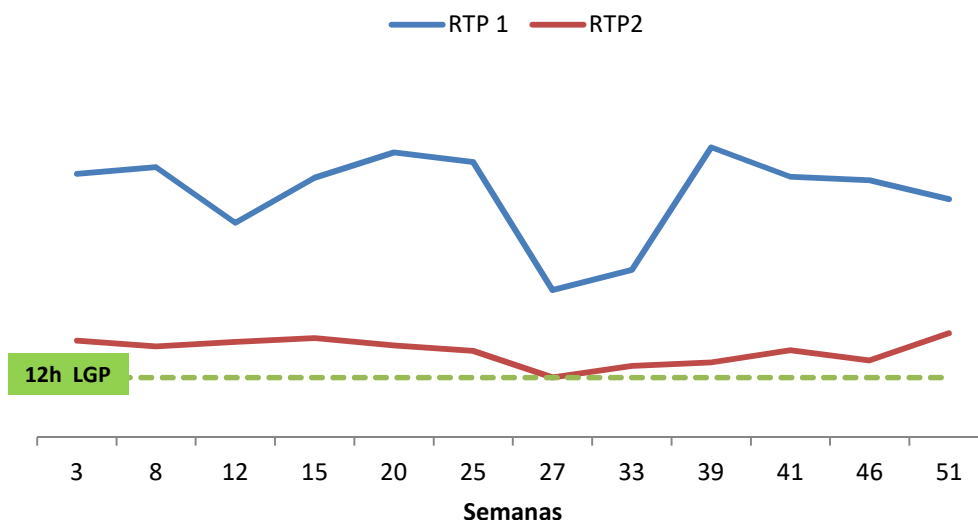
Fig. 7 – RTP2 – Géneros de programas com LEG



3.1.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

De acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, os serviços de programas RTP1 e RTP2 têm de garantir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, doze horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020. A RTP1 deve ainda incluir, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno, bem como a RTP2, caso constem da sua grelha de programação, deverá incluir a interpretação integral e diária de um dos serviços noticiosos do período noturno.

Fig. 8 – Evolução de programas com LGP – RTP1 e RTP2



A RTP1, no período em apreço, apresentou em todas as semanas valores superiores a 29 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, com máximos registados de cerca de 58h07m (semana 39), e mínimo de 29h29m, na semana 27, pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpre como excede o volume de 12 horas previsto como valor mínimo de referência (Figura 5).

O serviço de programas RTP2, no que respeita aos tempos de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, cumpriu em todas as semanas, sendo que, na semana 27, se aproximou bastante do objetivo (11h59m). Nas restantes semanas, não só cumpre como excede o volume de 12 horas previsto, com a semana 51 a registar o máximo de horas (20h50m) de programas com esta acessibilidade.

Fig. 9 – RTP 1 - Géneros de programas com interpretação LGP

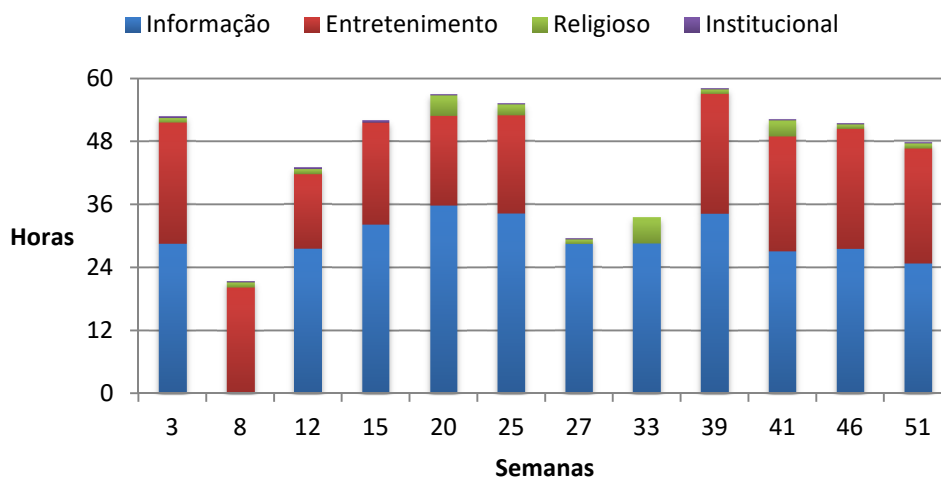
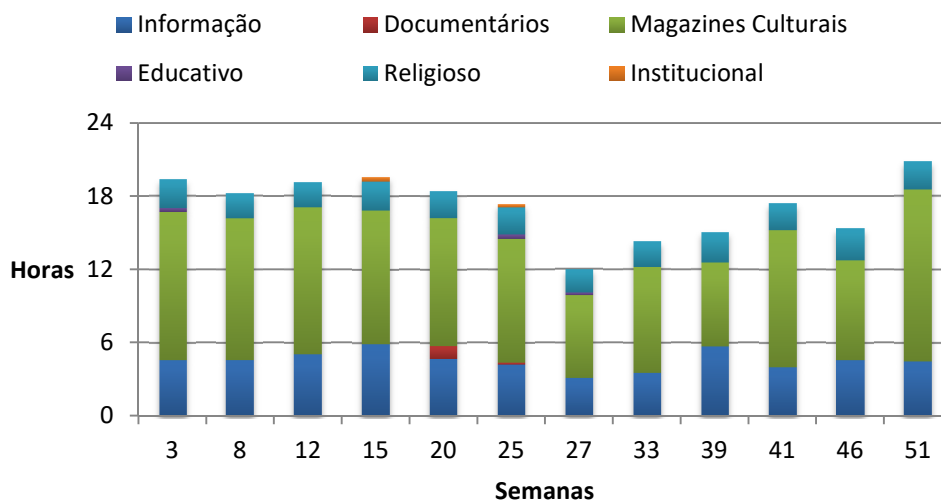


Fig.10 – RTP 2 - Géneros de programas com interpretação LGP



No que concerne ao género da programação com interpretação em língua gestual portuguesa, a RTP1 dedica a maior parte da programação com esta acessibilidade a conteúdos de informação, em primeiro lugar, seguindo-se a categoria de entretenimento. Em menor quantidade, mas regularmente, seguem-se os conteúdos de carácter religioso e, por fim, de índole institucional. Na RTP2, destaca-se a maior programação com LGP a conteúdos de natureza cultural, de informação e de carácter religioso, com uma regularidade e proporção de géneros estável ao longo de 2019.

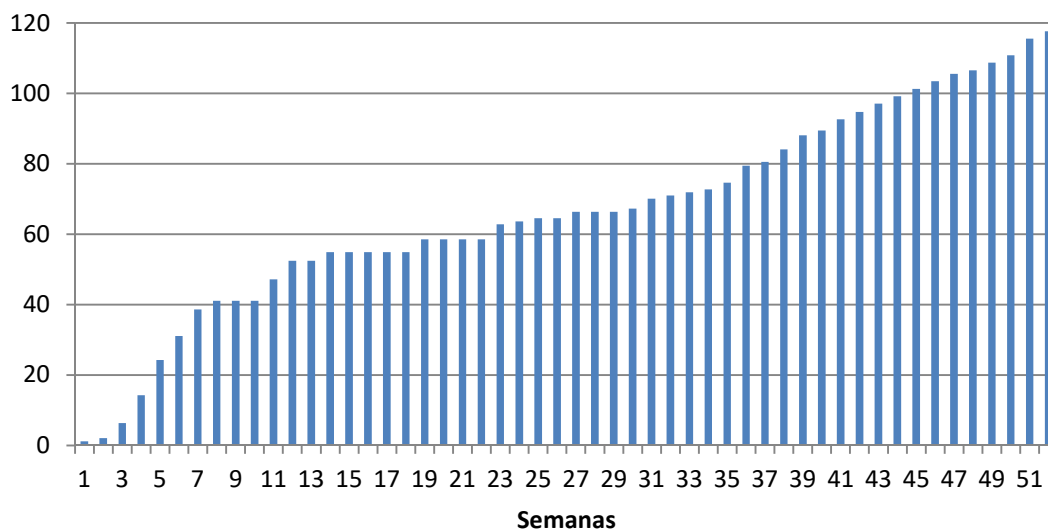
3.1.3. AUDIODESCRIÇÃO

O serviço de programas RTP1 tem de transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, 70 horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Contudo, tratando-se de uma obrigação anual, conclui-se que na semana 45 o operador já tinha atingido o volume de horas previsto no Plano.

No total de 2019, o serviço RTP1 acompanhou 84h51m de programas com audiodescrição, o que representa um acréscimo de 21 % face ao objetivo fixado.

Fig.11 – RTP 1 – Programas com audiodescrição – evolução 2019 (%)

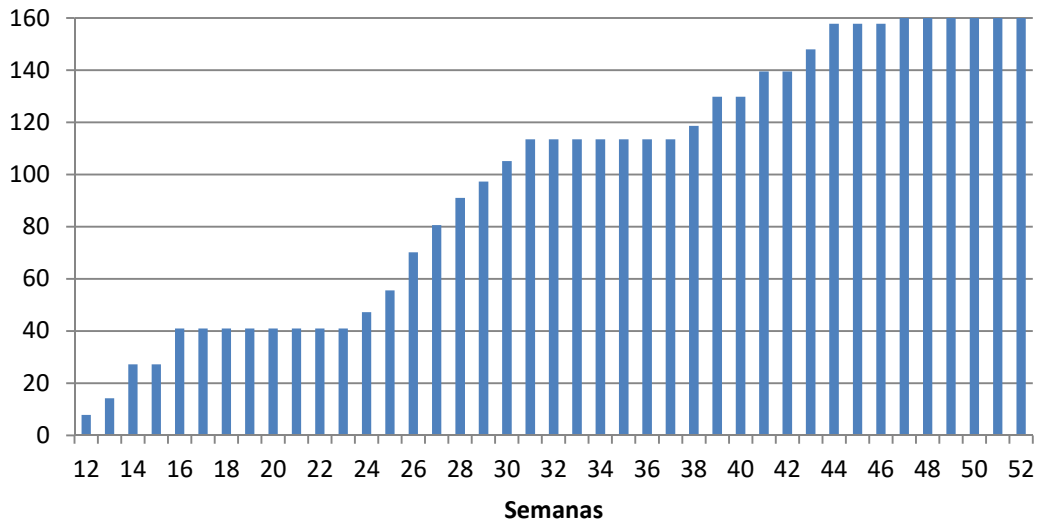


O serviço de programas RTP2 tem de transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, vinte horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

No período em análise, nem todas as semanas apresentaram programas acompanhados de audiodescrição. Tal como se verifica no cumulativo percentual, na semana 30, o serviço de programas atingiu o volume de horas mínimo previsto no Plano, tendo exibido um total de 36h10m, durante 2019, obtendo um acréscimo de 80% face objetivo fixado.

Do ponto de vista do género da programação, cumpre referir que, em ambos os serviços de programas, os conteúdos apresentados com esta acessibilidade são de natureza ficcional ao longo de todo o ano de 2019.

Fig. 12 – RTP 2 - Programas com audiodescrição – evolução 2019 (%)



Importa ainda dar nota positiva aos casos em que o mesmo conteúdo foi acompanhado de diversas ferramentas de acessibilidades, uma boa prática que deve ser seguida pelos operadores, sempre que adequado.

Os programas que beneficiaram de duas acessibilidades inserem-se sobretudo nos géneros de ficção, documentários e *magazines* culturais.

Os programas do género ficção foram acompanhados de legendagem especificamente destinada a públicos com deficiência auditiva e, em simultâneo, de audiodescrição.

Os programas dos géneros "documentário" e "magazine cultural" beneficiaram de legendagem para pessoas com deficiência auditiva e igualmente de língua gestual portuguesa. Foram ainda identificados um programa educativo e dois religiosos com estas acessibilidades.

Fig.13 – Programas acompanhados por várias acessibilidades – RTP1 e RTP2

GÉNERO	PROGRAMA	LEG	LGP	AUD
RTP1				
FICÇÃO	1986			
	Aqui tão Longe			
	Cinema Português			
	Conta-me como Foi			
	Dentro			
	Luz Vermelha			
	Mau Mau Maria			
	O Nosso Cônsul em Havana			
	Ruth - A Pérola do Índico			
	Sessão da Tarde (vários)			
	Sul			
INSTITUCIONAL	Voz do Cidadão			
RTP2				
DOCUMENTÁRIOS	Acende a Luz Para Eu Te "Ouvir"			
	Sonhar o Futuro			
	Um Cigarro Com Álvaro Siza Vieira			
EDUCATIVO	Universidade Aberta			
FICÇÃO	Cinema à Portuguesa (vários)			
	Filmes de Animação (vários)			
	Sangue do Lobo			
MAGAZINE CULTURAL	As Inesquecíveis Viagens de Comboio			
	Afinidades II			
	Biosfera			
	Literatura Aqui			
	Mil Palavras não Fazem uma Árvore			
	Nada Será como Dante			
	Radar XS			
	Sociedade Civil			
	Universidades			
	Visita Guiada			
INSTITUCIONAL	Voz do Cidadão			
RELIGIOSO	A Fé dos Homens			
	Caminhos			

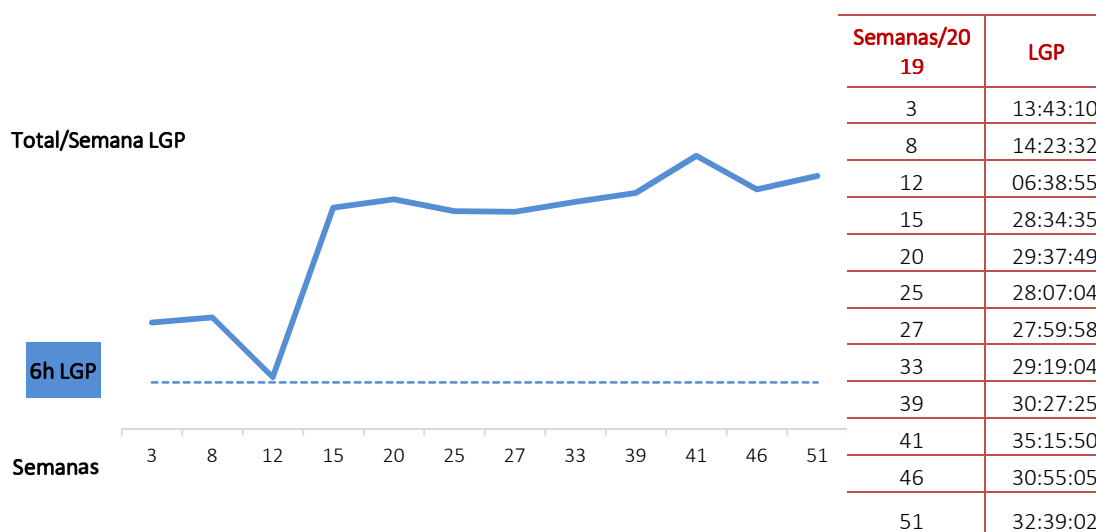
Em anexo, apresenta-se lista detalhada dos programas que foram acompanhados de acessibilidades, nos serviços de programas RTP1 e RTP2.

3.2. SERVIÇO DE PROGRAMAS TEMÁTICO DE INFORMAÇÃO – RTP 3

3.2.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

O serviço de programas temático de informação RTP3, de acordo com as obrigações previstas no Plano Plurianual, deve garantir, no horário compreendido entre as 08h00 e as 00h00, seis horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de dois dos serviços noticiosos noturnos, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

Fig.14 – Tempo/semana de programas com LGP - RTP3 (hh:mm:ss)



No período em análise, o serviço de programas RTP3 garantiu o volume previsto no Plano Plurianual para programas de natureza informativa acompanhados com interpretação por meio de língua gestual portuguesa (Figura 14), com um mínimo de cerca de seis horas e meia (semana 12) e um máximo de 35 horas (semana 41).

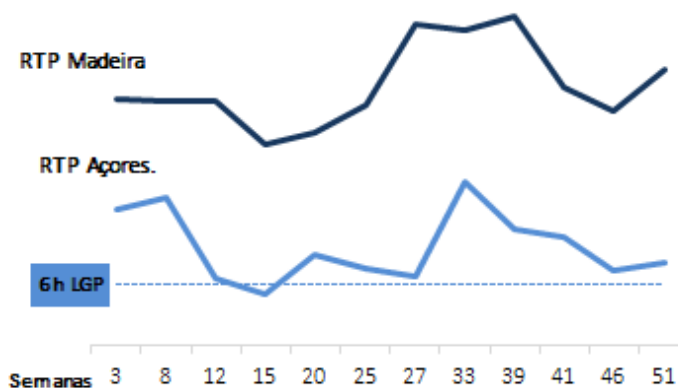
3.3. SERVIÇOS DE PROGRAMAS DE ÂMBITO REGIONAL DESTINADOS ÀS REGIÕES AUTÓNOMAS

3.3.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

De acordo com as obrigações previstas do Plano Plurianual, os serviços de programas de âmbito regional destinados às Regiões Autónomas, RTP Madeira e RTP Açores, têm de garantir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, seis horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa, com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

Fig.15 – Tempos de programas com LGP - RTP Madeira e RTP Açores (hh:mm:ss)

LGP-6 horas		
2019	Madeira	Açores
semanas		
3	23:57:08	13:15:18
8	23:46:30	14:22:36
12	23:48:42	06:30:19
15	19:36:00	05:07:00
20	20:40:00	08:51:00
25	23:28:00	07:30:00
27	31:12:00	06:47:00
33	30:45:00	15:59:00
39	32:00:00	11:23:00
41	25:09:47	10:39:32
46	22:48:47	07:20:53
51	26:48:37	08:04:55



No período em análise, a RTP Madeira apresentou, em todas as semanas, valores superiores a 19 horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, com um máximo registado de 32 horas (semana 39) e um mínimo de 19h36m, na semana 15, pelo que, de acordo com o estipulado no Plano Plurianual, o operador não só cumpriu como excedeu o valor mínimo de referência de seis horas.

O serviço de programas RTP Açores excedeu, no global, o volume de seis horas previsto como valor mínimo de referência de tempo de programas acompanhados de língua gestual portuguesa, registando um valor máximo de aproximadamente 16 horas (semana 33). Identifica-se apenas uma situação em que o operador não cumpriu os mínimos exigidos pelo Plano no que respeita a programas acompanhados com língua gestual portuguesa (semana 15), mas cuja justificação mereceu acolhimento, uma vez que o incumprimento resultou de questões técnicas alheias ao operador.

A natureza da programação com interpretação em língua gestual portuguesa, em ambos os serviços de programas, foi pouco diversificada. No caso da RTP Açores, destacam-se os conteúdos informativos/noticiosos e de índole religiosa, enquanto que a RTP Madeira dedicou esta acessibilidade maioritariamente a programas de informação.

Fig.16 – Género de programas com LGP - RTP Açores

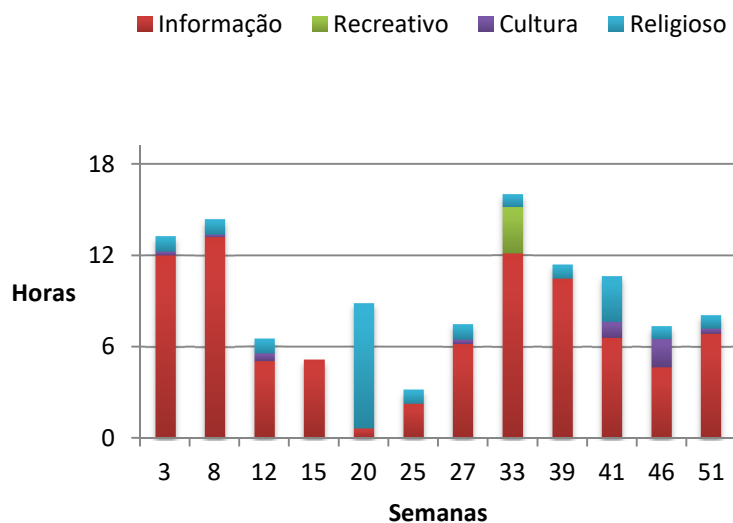
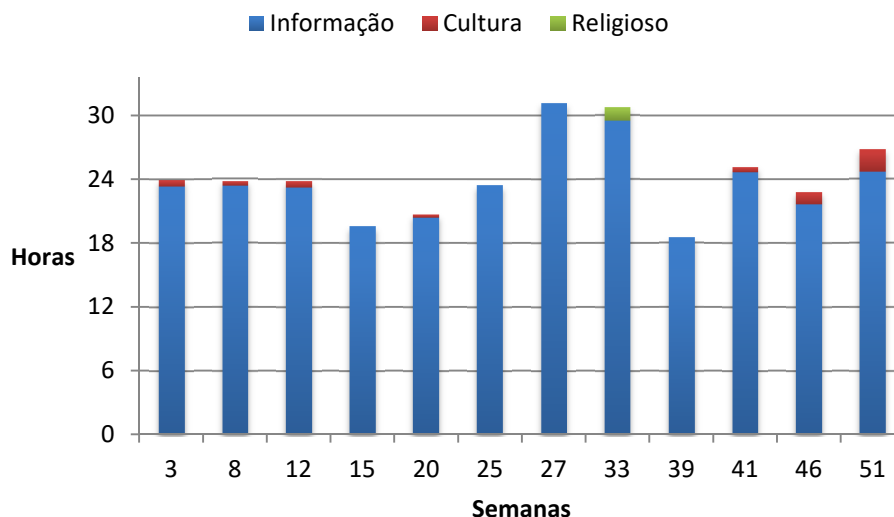


Fig.17 – Género de programas com LGP - RTP Madeira



4. OPERADORES PRIVADOS DE TELEVISÃO

4.1. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO LIVRE DE ÂMBITO NACIONAL

Os operadores privados com serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre, SIC e TVI, têm de garantir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, 18 horas semanais, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020, de programas de natureza informativa, de ficção, documentários ou *magazines* culturais com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva.

Têm ainda de garantir oito horas semanais de programas de natureza informativa, educativa, cultural, recreativa ou religiosa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos do período noturno.

Fig.18 – Tempos/semana de programas com LEG e LGP (hh:mm:ss)

2019 Semanas	SIC		TVI	
	LEG-18h	LGP-8h	LEG-18h	LGP-8h
3	21:24:59	20:55:07	25:08:46	12:19:57
8	21:54:50	29:51:24	19:35:47	10:09:48
12	19:00:15	27:29:58	19:27:10	12:13:50
15	21:52:01	26:55:42	25:27:33	12:14:11
20	19:31:23	30:54:15	25:59:02	14:41:10
25	21:20:15	25:16:32	22:20:45	13:03:05
27	19:46:00	23:01:38	18:43:52	11:56:10
33	17:35:58	30:19:48	18:45:56	12:11:32
39	19:31:45	27:17:41	24:27:58	13:04:17
41	20:16:31	24:05:07	22:48:34	14:46:45
46	19:31:16	25:28:23	21:29:27	11:35:38
51	26:36:55	21:44:17	20:49:20	11:38:04

Fig.19 – Tempos/semana de programas com AUD (hh:mm:ss)

Audiodescrição – 12h/ano		
2019/semanas	SIC	TVI
1	00:50:44	00:00:00
2	00:47:04	00:00:00
3	00:44:59	00:00:00
4	00:42:36	00:00:00
5	00:45:21	00:00:00
6	00:00:00	00:00:00
7	00:00:00	2:31:32
8	00:00:00	2:29:25
9	00:00:00	2:40:12
10	00:00:00	2:44:49
11	00:00:00	2:21:23
12	00:00:00	2:24:20
13	00:00:00	00:00:00
14	00:00:00	00:00:00
15	00:00:00	3:41:37
16	00:00:00	4:08:44
17	00:00:00	0:46:20
18	00:00:00	00:00:00
19	00:00:00	00:00:00

20	00:00:00	00:00:00
21	00:00:00	00:00:00
22	00:00:00	00:00:00
23	00:00:00	00:00:00
24	00:00:00	00:00:00
25	00:00:00	00:00:00
26	00:00:00	00:00:00
27	00:00:00	00:00:00
28	00:00:00	3:15:43
29	00:00:00	3:22:01
30	00:00:00	3:15:37
31	00:00:00	3:30:55
32	00:00:00	3:30:00
33	00:00:00	3:30:56
34	00:00:00	3:31:58
35	00:00:00	00:00:00
36	00:00:00	3:06:59
37	00:00:00	3:19:19
38	00:00:00	3:19:20
39	00:00:00	00:00:00
40	00:00:00	3:11:33
41	00:00:00	3:19:23
42	00:00:00	3:18:22
43	00:00:00	3:13:09
44	00:00:00	4:13:05
45	00:00:00	3:10:28
46	00:00:00	3:11:59
47	00:00:00	3:16:05
48	00:44:38	3:11:37
49	00:44:23	3:24:19
50	00:45:15	3:20:02
51	00:44:08	3:00:59
52	08:57:09	6:50:58
TOTAL	15:46:17	104:13:09

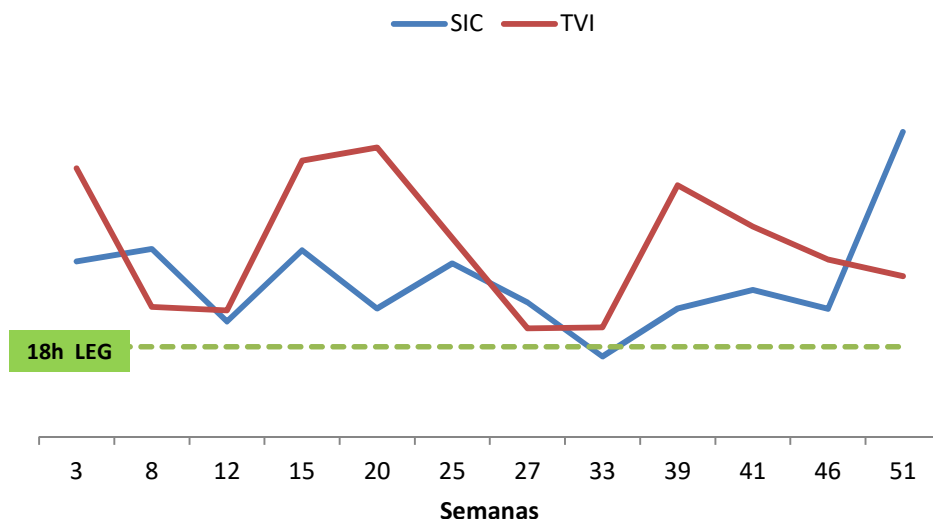
4.1.1. LEGENDAGEM ESPECIFICAMENTE DESTINADA A PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

O serviço de programas SIC disponibilizou programas acompanhados de legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, tendo cumprido o volume de horas previsto nas semanas analisadas, com exceção da semana 33, na qual o desvio da meta semanal foi pouco significativo, tendo a ocorrência sido relevada.

No global, a SIC acompanhou programas com a acessibilidade em apreço entre um mínimo de 19 horas (semana 12) e um máximo de 26 horas (semana 51).

O serviço de programas TVI registou um volume de horas que oscilou entre um mínimo de cerca de 19 horas (semana 27) e um máximo de cerca de 26 horas (semana 20), de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, incluídos nos géneros previstos no Plano Plurianual.

Fig. 20 – Evolução de tempos de programas com LEG 2019 – SIC e TVI



Quanto aos géneros da programação com a acessibilidade de legendagem para pessoas com deficiência auditiva, verificou-se que, na SIC, esta abrangeu quase exclusivamente conteúdos de ficção, transmitidos nas semanas 15, 25, 27, 33 e 39 e alguns programas de entretenimento.

A TVI fez uso desta acessibilidade em programas de ficção e em programas de natureza cultural, emitidos em todas as semanas analisadas em 2019.

Fig. 21 – SIC - Géneros de programas abrangidos pela LEG

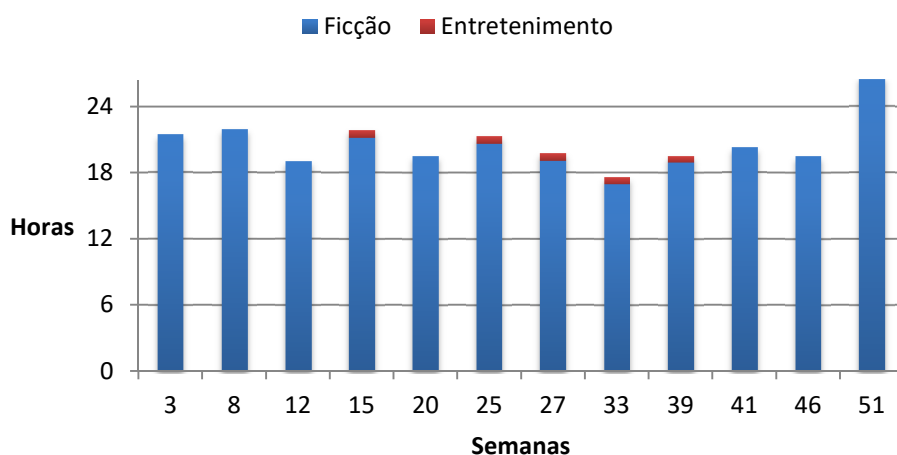
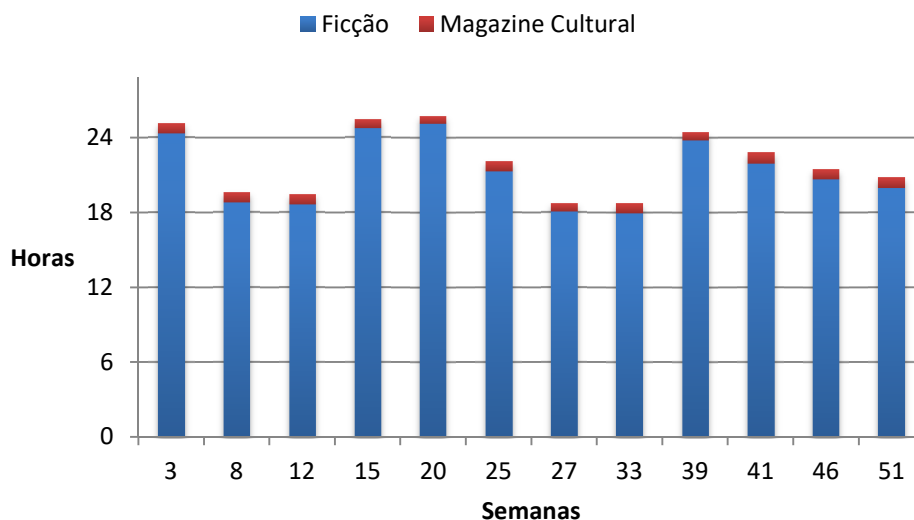


Fig. 22 – TVI - Géneros de programas abrangidos pela LEG



4.1.2. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

A SIC apresentou em todas as semanas analisadas valores superiores ao mínimo obrigatório de volume de horas de tempos de programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, com um mínimo de cerca de 21 horas (semana 3) e um máximo registado de cerca de 30 horas (semana 33).

A TVI também apresentou, em todas as semanas, valores superiores ao mínimo obrigatório, com um mínimo de cerca de 10 horas (semana 8) e com um máximo de cerca de 15 horas (semana 41).

Ambos os serviços garantiram a interpretação integral de um serviço noticioso noturno.

Do ponto de vista do género da programação com interpretação em língua gestual portuguesa, a SIC aplicou esta acessibilidade maioritariamente em conteúdos de entretenimento e, em menor número, a conteúdos de informação, numa proporção relativamente estável ao longo de 2019.

A TVI apresentou, sobretudo, conteúdos de entretenimento e, em menor quantidade, de informação, mantendo uma proporção estável ao longo do ano, permeada apenas com programação de natureza religiosa nas semanas 20 e 41.

Fig. 23 – SIC - Géneros de programas com interpretação LGP

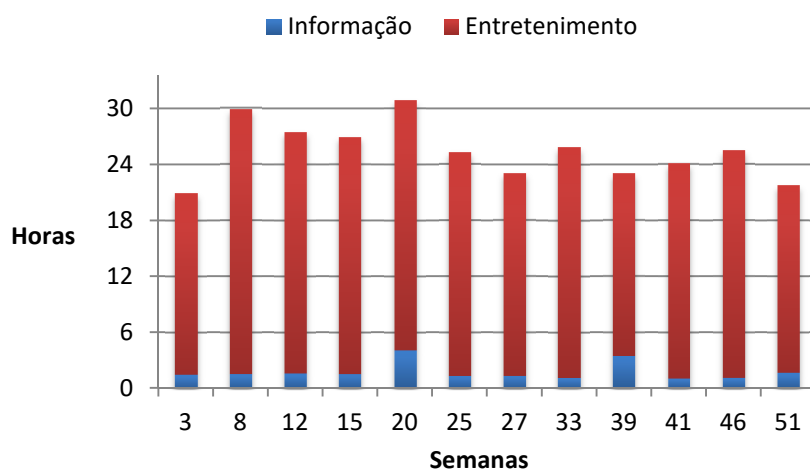
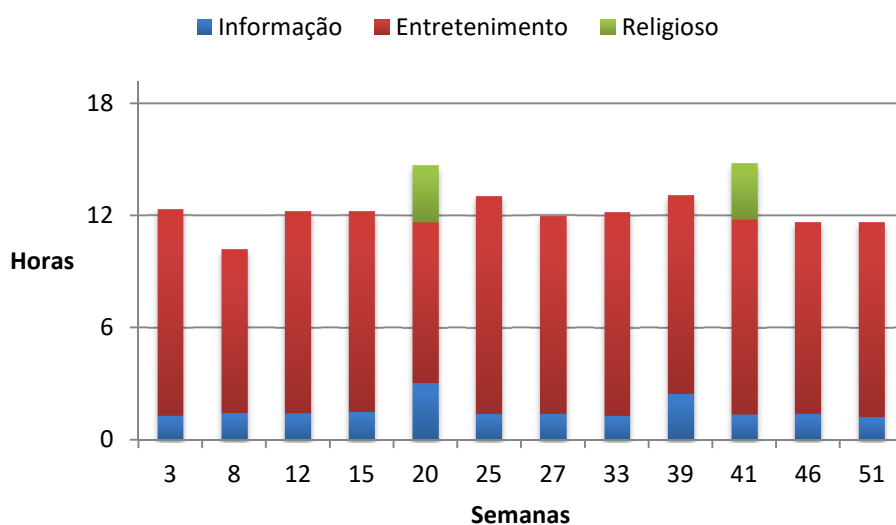


Fig. 24 – TVI - Géneros de programas com interpretação LGP



4.1.3. AUDIODESCRIÇÃO

Os serviços de programas SIC e TVI têm de transmitir, no horário compreendido entre as 08h e as 02h, de acordo com o disposto no Plano Plurianual, doze horas anuais de programas de ficção ou documentários com audiodescrição, no período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2020.

Fig. 25 – SIC - Programas com audiodescrição – evolução 2019 (%)

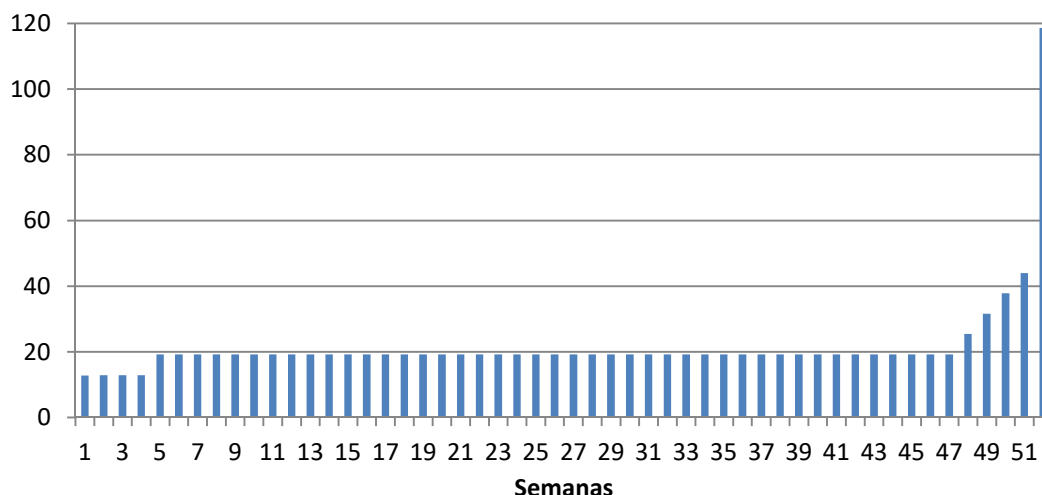
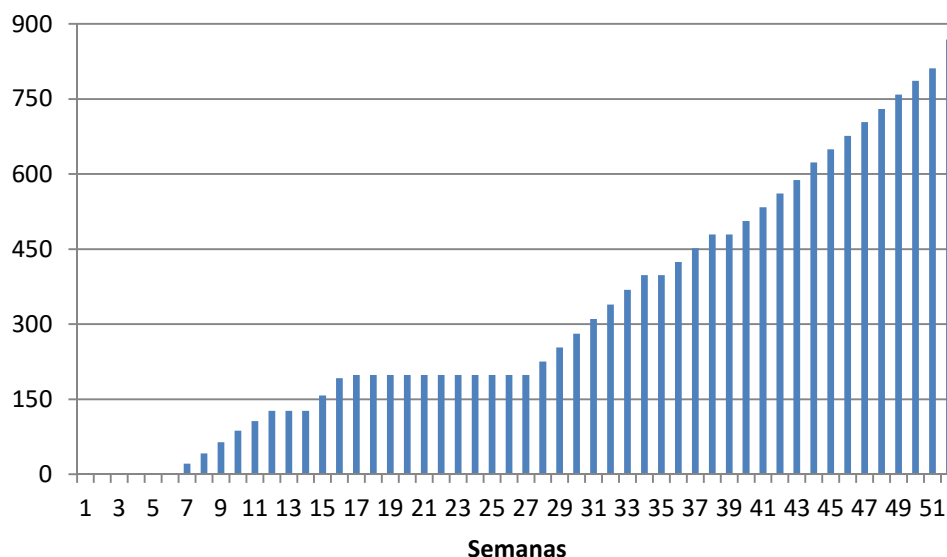


Fig. 26 – TVI - Programas com audiodescrição – evolução 2019 (%)



Em 2019, o serviço de programas SIC cumpriu o estipulado no Plano Plurianual, com um total de 15h46m de programas acompanhados de audiodescrição, sendo a semana 52 aquela em que foi disponibilizado o maior número de horas com esta acessibilidade, quase quintuplicando o percentual de horas em relação ao atingido durante a semana 47, e que decorre de um maior volume de emissão de filmes com audiodescrição no período de Natal.

O serviço de programas TVI também cumpriu o exigido no Plano Plurianual, com um total de 104h13m de programas acompanhados por audiodescrição. De salientar que na semana 11 já tinha ultrapassado o volume mínimo de 12 horas previsto no Plano.

Relativamente à natureza da programação com audiodescrição, em 2019, a SIC dedicou a aplicação desta acessibilidade maioritariamente a conteúdos documentais, no primeiro e quarto trimestre e, na semana 52, durante o período de festejos natalícios, a conteúdos ficcionais.

A TVI, pese embora a quantidade de tempo muito significativa de emissão de programação acompanhada de audiodescrição, dedicou exclusivamente a aplicação desta acessibilidade a um único conteúdo de natureza ficcional ao longo de 2019: a série “Inspetor Max”. Merece igualmente nota positiva a emissão de conteúdos de ficção com duas ferramentas de acessibilidade, designadamente legendagem para pessoas com deficiência auditiva e audiodescrição.

Fig. 27 - Programas abrangidos acompanhados por várias acessibilidades – SIC e TVI

GÉNERO	PROGRAMA	LEG	AUD
SIC			
FICÇÃO	Natal Sempre Encantado		
	SIC Filmes		
TVI			
FICÇÃO	Inspector Max		

Em anexo, apresenta-se lista detalhada dos programas emitidos nos serviços de programas SIC e TVI, que foram acompanhados de acessibilidades, em 2019.

4.2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS E TEMÁTICOS DE ACESSO NÃO CONDICIONADO COM ASSINATURA DE ÂMBITO NACIONAL

4.2.1. LÍNGUA GESTUAL PORTUGUESA

O Plano Plurianual, para os serviços generalistas e temáticos de acesso não condicionado com assinatura de âmbito nacional, focados na produção de informação geral, nacional e internacional, estabelece a obrigação de, entre as 08h00 e as 00h00, garantir três horas semanais de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um serviço noticioso.

Fig. 28 – Tempo/semana de programas com LGP (hh:mm:ss)

Semanas 2019	CMTV	TVI24	SICN	Porto Canal
3	04:35:37	03:34:45	03:54:31	05:04:00
8	03:49:34	03:12:28	03:02:30	07:16:00
12	01:33:33	04:06:21	03:42:13	09:16:00
15	02:34:04	03:11:36	03:26:12	11:59:00
20	03:50:31	04:09:26	03:10:03	14:59:00
25	03:46:02	03:19:58	03:19:50	16:01:00
27	04:09:42	04:03:31	03:16:26	11:22:53
33	02:34:06	04:19:29	03:27:09	12:53:07
39	03:17:20	05:37:47	05:21:46	17:09:03
41	03:41:22	04:08:47	03:16:26	18:51:25
46	04:06:33	03:18:09	03:33:48	17:46:42
51	05:03:32	03:45:40	02:56:18	13:14:12

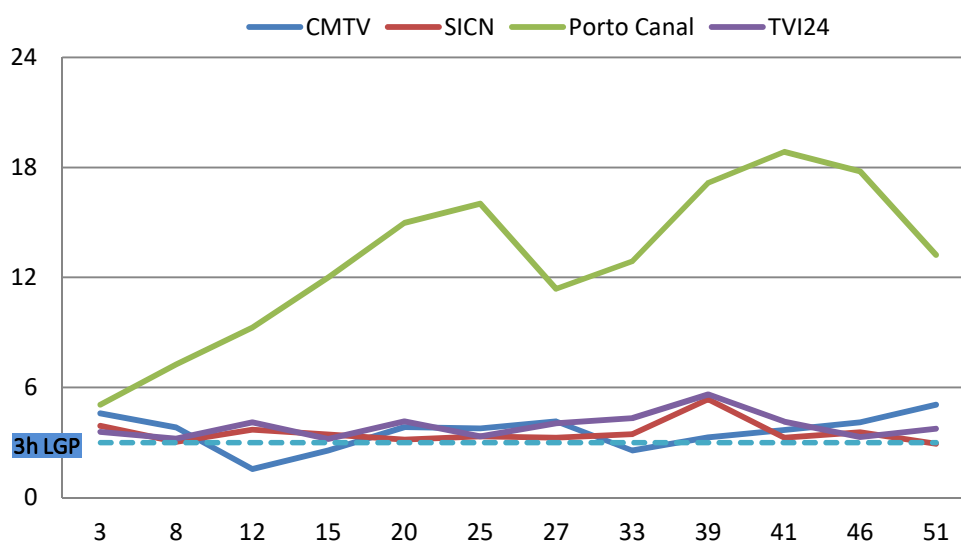
O serviço de programas CMTV exibiu mais de três horas de programas de natureza informativa com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, incluindo, com periodicidade semanal, a interpretação integral de um dos serviços noticiosos, em nove das 12 semanas identificadas. Nas semanas em que não atingiu o mínimo estabelecido, as ocorrências identificadas foram relevadas tendo em conta a média com a semana antecedente e a semana subsequente.

A TVI24 cumpriu as obrigações assinaladas em todas as semanas, sendo de salientar que quase dobrou os valores propostos na semana 39, com 5h37m.

A SIC Notícias também alcançou os valores previstos, com exceção da semana 51, em que se situou ligeiramente aquém do previsto por uma pequena margem. De assinalar a semana 39, em que a programação com interpretação em língua gestual portuguesa atingiu 5h21m.

Relativamente ao Porto Canal, assinala-se um volume de horas de programação bastante superior relativamente aos mínimos estabelecidos no Plano Plurianual, em todas as semanas em análise, sendo inclusive de assinalar o máximo registado na semana 41, de cerca de 19h de programação com interpretação em língua gestual portuguesa.

Fig. 29 – Evolução dos tempos de programas com LGP



Relativamente aos géneros de programação abrangidos por interpretação em língua gestual portuguesa, nos serviços de programas em apreço, observou-se que esta acessibilidade foi aplicada quase em exclusivo a conteúdos de informação.

Neste âmbito, o Porto Canal registou maior diversidade nos subgéneros informativos, tais como “Debate”, “Entrevista” e “Informação Desportiva”.

5. REGRAS COMPLEMENTARES

Durante o período analisado, foram observados conteúdos passíveis de aplicação das normas 13.1. e 13.2. do ponto III do Plano Plurianual que estabelece “Regras Complementares”, de aplicação cumulativa, a ter em atenção pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre de âmbito nacional, no que se refere à difusão de mensagens ou comunicações do Presidente da República e do Primeiro-Ministro, bem como debates entre candidatos aos atos eleitorais, que devem ser objeto de interpretação integral por meio de língua gestual portuguesa.

Cumprir destacar, no contexto da norma 13.2, que 2019 foi um ano particularmente intenso em atos eleitorais. Tiveram lugar as eleições para o Parlamento Europeu (26 de maio), as eleições para a Assembleia Legislativa Regional da Madeira (22 de setembro) e as eleições para a Assembleia da República (6 de outubro), cujos períodos de campanha se traduziram, nos serviços de programas sob jurisdição portuguesa, na emissão alargada de programas ligados a eleições e, em particular, de debates eleitorais nos 2.º e 3.º trimestres. Salienta-se que a esmagadora maioria dos debates emitidos no período de pré-campanha e campanha foram objeto de interpretação em língua gestual portuguesa cumprindo, no global, o normativo em apreço.

Contudo, é também precisamente no contexto da norma 13.2 do Plano Plurianual que ressaltaram, em 2019, três situações de infração que foram objeto de procedimento contraordenacional. As ocorrências a que nos referimos encontram-se enunciadas no ponto seguinte (6. Processos Contraordenacionais).

6. PROCESSOS CONTRAORDENACIONAIS

Em 2019, em sequência das ações de fiscalização supra, o Conselho Regulador deliberou instaurar procedimentos contraordenacionais, relativos ao acompanhamento das emissões por pessoas com necessidades especiais, nos termos do disposto no artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, com fundamento no desrespeito do artigo 34.º, n.º 3 da LTSAP.

Fig.30 – Deliberações sobre Acessibilidades 2019

Operador	Serviço de programas	Infração	Deliberação / Decisão
SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC	Situação de incumprimento da cláusula 13.2 das “Regras Complementares” definidas pelo Plano Plurianual por ter emitido um debate entre os partidos candidatos às Eleições Legislativas que não foi acompanhado de interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no 2.º trimestre de 2019.	<p>Abertura procedimento contraordenacional</p> <p>Deliberação ERC/2019/273 (PROG-TV), de 4 de setembro de 2019</p> <p>Em fase de instrução</p>
SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.	SIC Notícias	Situação de incumprimento da cláusula 13.2 das “Regras Complementares” definidas pelo Plano Plurianual por ter emitido um debate entre os partidos candidatos às Eleições Legislativas que não foi acompanhado de interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no 2.º trimestre de 2019.	<p>Abertura procedimento contraordenacional</p> <p>Deliberação ERC/2019/269 (PROG-TV), de 4 de setembro de 2019</p> <p>Em fase de instrução</p>
Televisão Independente, S.A.	TVI24	Situação de incumprimento da cláusula 13.2 das “Regras Complementares” definidas pelo Plano Plurianual por ter emitido um debate entre os partidos candidatos às Eleições Legislativas que não foi acompanhado de interpretação por meio de língua gestual portuguesa, no 3.º trimestre de 2019.	<p>Abertura procedimento contraordenacional</p> <p>Deliberação ERC/2019/347 (PROG-TV), de 4 de dezembro de 2019</p> <p>Em fase de instrução</p>

Anexo - Lista de Programas com acessibilidades – RTP1/RTP 2/SIC/TVI

GÉNERO	PROGRAMA	LEG	LGP	AUD
	RTP1			
DOCUMENTÁRIO	A Face Oculta do Transporte de Animais			
	<i>All Aboard: Dentro da Eurovisão 2018</i>			
	Andre Rieu – Bem Vindos ao Meu Mundo			
	As Promessas de Plástico da Coca-Cola			
	As Rotas da Escravatura			
	Austrália - O Reino dos Monstros			
	Báltico Selvagem			
	Documentário (vários)			
	Fauna da Península Ibérica			
	<i>Food 3.0</i>			
	História da Gastronomia Portuguesa			
	Mar, a Última Fronteira			
	O Imenso Pacífico			
	Os Elementos			
	Paraíso Verde			
	Planeta Azul			
	Portugueses Pelo Mundo			
	Vejam Bem			
Vida Selvagem no Rio Africano				
ENTRETENIMENTO	A Praça da Alegria			
	Agora Nós			
	A Nossa Tarde			
FICÇÃO	1986			
	3 Mulheres			
	Água de Mar			
	Anatomia de Grey			
	Aqui tão Longe			
	Bem-vindos a Beirais			
	Capitão Falcão			
	Cinema Português			
	Circo Paraíso			
	Conta-me como Foi			
	Dentro			
	Desliga a TV			
	Filme (vários)			
	GirLEG			
	Gotham			
	Isto Somos Nós			
Lotação Esgotada (vários)				

	Luz Vermelha			
	Marte			
	Maternidade			
	Mau Mau Maria			
	O Nosso Cônsul em Havana			
	Patrulha da Noite			
	Ruth - A Pérola do Índico			
	Segurança Nacional			
	Sessão da Noite (vários)			
	Sessão da Tarde (vários)			
	Sessão da Tarde II (vários)			
	Sul			
	Teorias da conspiração			
	<i>The Flash</i>			
	Última Sessão (vários)			
INFORMAÇÃO	Bom Dia Portugal			
	Campanha Eleitoral Parlamento Europeu			
	De Lisboa a HeLEGínquia			
	Debates Europeias 2019			
	Debates Legislativas 2019			
	Europa Minha			
	Jornal da Tarde			
	Linha da Frente			
	Outras Histórias			
	Portugal Em Direto			
	Telejornal			
INSTITUCIONAL	Voz do Cidadão			
MAGAZINE CULTURAL	Janela Indiscreta			
	A Roda da Alimentação			
	Portugal mais Perto			
	Uma mesa portuguesa com certeza! Em Portugal			
RELIGIOSO	Eucaristia Dominical			
RTP2				
GÉNERO	PROGRAMA	LEG	LGP	AUD
DOCUMENTÁRIOS	A Maior Festa do Mundo			
	A Mais Antiga Astronomia do Mundo			
	À Procura de António Botto			
	A Vida Secreta dos Insetos			
	A Vida por Um Fio			
	A Última Viagem do Czar da Rússia			
	Acende a Luz Para Eu Te "Ouvir"			
	Amur, o Amazonas da Ásia			
	Aquela que vai mudar o Mundo			

Astronomia Islâmica Desconhecida			
Atelier de Arquitetura			
<i>Avenue Montaigne</i>			
Brisa Solar			
Carlos Saura-Fotógrafo, A Viagem de um Livro			
<i>Club Atlas</i>			
Cultura Antiga			
De Lisboa a HeLEGínguia			
DICTV CPLP			
Ébano			
Eco-Lógica			
Filhos de João - O Admirável Mundo Novo Baiano			
<i>Flavors</i>			
Génios da Natureza			
Girafas - Uma Perspetiva Pessoal			
Grandes Quadros Portugueses			
Hedi Lamar: a Criação de uma Estrela			
Hitler vs. Picasso e os Outros			
Ideias Feitas e Desfeitas			
Judi Dench: A Minha Paixão por Árvores			
Lentilhas, o Alimento do Futuro			
Luchino Visconti, Entre a Verdade e a Paixão			
Madeira Prima			
Maria Antonieta e os Segredos de Versailles			
Medicinas do Mundo			
Momentos de Encantamento			
O Mistério de Greven			
O Paraíso das Borboletas			
O Sentido da Beleza			
Os Beija-Flores			
Os esplendores do Cinema			
Os Grandes Talentos da Natureza			
Onde Está o Tesouro			
Porcos Extraordinários			
Portugal Culto e Oculto			
Rafael, o Príncipe das Artes			
Rimbaud, Os Anos da Abissínia			
Ruas com História e Memória			
Salman Rushdie: Perseguido pela Morte			
São Precisos Dois para Casar			
Selva Viva			
Siga o Seu Nariz - Decifrar o Código do Olfato			
Sonhar o Futuro			
Sons de Nova Iorque: Theo Croker			
Sons de Nova Iorque: Vicente Archer			

	Super Diva - Ópera Para Todos			
	Tawaraya: Um Legado Japonês			
	Três Cidades à Conquista do Mundo			
	Um Cigarro Com Álvaro Siza Vieira			
	Um Século em Filme			
	Viagens de Comboio			
	Vida Selvagem à Nossa Porta			
	WRU?			
	Zaha Hadid, Uma Arquiteta Especial			
EDUCATIVO	Universidade Aberta			
	3 Amigonautas			
	A Coleção			
	A Feira das Vaidades			
	A Trégua			
	Artes Performativas			
	Bairro Financeiro			
	Barão Negro			
	<i>Bob's Burgers</i>			
	Casa			
	Cinema à Portuguesa (vários)			
	DESALINHADOS (programa contentor)			
	Encontra-me em Paris			
	Escola de Enfermagem			
	Degrassi: A Turma Seguinte			
	Filmes (vários)			
	Filmes de Animação (vários)			
	Gustavo			
	Jogar em Casa			
	Lisboa Azul			
	Memórias de Guerra			
	Noite de Teatro			
	NSU - Alemanha Proibida			
	O Agente Secreto			
	O Alto			
	O Bairro			
	O Comissário Montalbano			
	O Restaurante			
	Os Durrel			
	Os Kennedy			
	Os Mistérios de Frankie Drake			
	Ocupados			
	Parentes Próximos			
	Paris etc.			
	Prontos para Tudo			

	Sangue do Lobo			
	Sara			
	Tudo Menos Hollywood			
	Uma Outra Vida			
	Uma Visão Diferente			
	<i>Web Therapy</i>			
	ZIG ZAG (programa contendor)			
INFANTIL-JUVENIL	A Ilha dos Desafios			
	CJ A DJ			
	Drama Total em Ação			
	Monstrolândia			
INFORMAÇÃO	Campanha eleitoral para o Parlamento Europeu			
	Eurodeputados			
	Europa Minha			
	Ideias Feitas e Desfeitas			
	Jornal 2			
	Página 2			
INSTITUCIONAL	Voz do Cidadão			
MAGAZINE CULTURAL	As Inesquecíveis Viagens de Comboio			
	Afinidades II			
	Armário			
	Biosfera			
	Bombordo			
	Cinemax: Curtas			
	Consigo			
	Cuidado com a Língua			
	Faça Chuva Faça Sol			
	Literatura Aqui			
	Mil Palavras não Fazem uma Árvore			
	Nada Será como Dante			
	Outra Escola			
	Paraíso			
	Portugal que Dança			
	Radar XS			
	Siga O Coelho Branco			
	Sociedade Civil			
	Universidades			
	Visita Guiada			
<i>Whats Up</i> - Olhar a Moda				
RELIGIOSO	A Fé dos Homens			
	Caminhos			
SIC				

DOCUMENTÁRIO	Vida Selvagem				
ENTRETENIMENTO	Alta Definição				
	Júlia				
	Linha Aberta				
	O Programa da Cristina				
	Olhó Baião!				
FICÇÃO	A Dona do Pedaco				
	Alma e Coração				
	Amor à Vida				
	Amor Maior				
	Avenida Brasil				
	Cinema em Casa				
	Grande Cinema				
	Golpe de Sorte				
	Mar Salgado				
	Nazaré				
	Natal Sempre Encantado				
	Nazaré				
	Segundo Sol				
	SIC Filmes				
	Terra Brava				
Vidas Opostas					
INFORMAÇÃO	Jornal da Noite				
	Tempo de Antena				
	Primeiro Jornal				
TVI					
GÉNERO	PROGRAMA	LEG	LGP	AUD	
RELIGIOSO	Peregrinação				
	Peregrinação 13 de out				
FICÇÃO	A Teia II				
	Amar Depois de Amar				
	Belmonte (Rep.)				
	Valor da Vida II				
	Remédio Santo (R)				
	Inspector Max®				
	Detetive Maravilhas (R)				
	Campeões & Detectives (R)				
	O Bando dos 4 (R)				
	Mar de Paixão (Rep.)				
	Na Corda Bamba				
	Prisioneira II				
	Meu Amor				
	Louco Amor				
	Mundo ao Contrário				
Doce Tentação					

ERC – Relatório de Regulação 2019

MAGAZINE CULTURAL	Autores			
INFORMAÇÃO	Tempo de Antena			
	Jornal das 8			
ENTRETENIMENTO	Você na TV!			

NÍVEIS DE VOLUME SONORO NAS EMISSÕES TELEVISIVAS

1. VISÃO GLOBAL

Em 2019, foram avaliados pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) os níveis de volume sonoro de 11 serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional, não se tendo registado grandes flutuações dos níveis de som entre os programas, blocos publicitários e autopromoções.

Assim, os níveis de sensação de intensidade auditiva consideram-se adequados no intervalo ± 1 LU com referência aos-23 LUFs.

Os serviços de programas dos operadores de televisão de âmbito nacional estão sujeitos ao cumprimento do mesmo volume sonoro durante a programação e os intervalos de publicidade, conforme disposto no n.º 2 do seu artigo 40.º-B da Lei n.º 8/2011, de 11 de abril (que altera a Lei n.º 27/2007, de 30 de julho - Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, doravante LTSAP).

Estabelece o referido preceito que «a inserção de publicidade televisiva ou televenda não pode implicar o aumento do nível de volume sonoro aplicado à restante programação», consubstanciando a violação desta norma uma contraordenação grave, nos termos do artigo 76.º, n.º 1, alínea a), da LTSAP.

Tendo em conta que a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP) não quantifica as diferenças tidas por aceitáveis para aplicação e fiscalização do previsto no artigo 40.º-B, n.º 2, da LTSAP, a fim de avaliar todas as implicações que a regulamentação e a monitorização desta obrigação promovem, a ERC explicitou os referidos critérios na Diretiva 2016/1 "Sobre os parâmetros técnicos de avaliação da variação do volume sonoro durante a difusão de publicidade nas emissões televisivas", a qual entrou em vigor a 1 de junho de 2016.

2. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Nos termos da Diretiva 2016/1 e de acordo com as recomendações da EBU¹, o nível de sensação de intensidade auditiva dos intervalos publicitários e de cada uma das mensagens que os integram, bem como dos demais programas que compõem a restante emissão televisiva, deve ser fixado em -23 LUFs (*Loudness Unit, referenced to Full Scale*).

¹Esta recomendação resulta de um estudo do comité técnico da EBU (*European Broadcasting Unit*), que analisou a necessidade de regular os níveis do sinal áudio nas fases de produção, distribuição e transmissão dos programas com base no nível de sensação de intensidade auditiva. Assim, entende-se como programa todo o conteúdo autónomo ou independente. Neste contexto, um intervalo publicitário é considerado um programa.

Em programas nos quais o controlo exato do nível de sensação de intensidade auditiva não seja possível, tais como emissões em direto, os desvios em relação a este valor não deverão, em geral, ultrapassar ± 1 LU (*Loudness Unit*)².

A medição do sinal áudio de um programa deverá ser feita na sua globalidade, sem ênfase em elementos específicos, tais como música, fala ou efeitos sonoros. Esta medição deverá considerar o método de *gating* estabelecido na norma ITU-R BS. 1770, no qual zonas de silêncio do sinal não são consideradas para o valor global medido apurado.

3. AMOSTRA E METODOLOGIA

Com base numa amostra aleatória sistemática e através da seleção de um dia por trimestre de cada serviço de programas, esta amostra considerou os seguintes critérios:

1. Diferentes períodos horários;
2. Quatro horas seguidas de programação;
3. Análise da autopromoção para períodos de amostragem.

Os serviços de programas generalistas, de acesso não condicionado livre, RTP1, SIC e TVI, foram avaliados um por trimestre, através de uma amostra não probabilística, ao longo de 2019.

Os mesmos critérios foram aplicados aos serviços de programas temáticos: no 1.º trimestre ao temático de informação TVI24, no 2.º trimestre aos temáticos religiosos, no 3.º trimestre aos de cinema e a um de música e no 4.º trimestre à RTP Açores e à RTP Madeira. A distribuição dos serviços de programas generalistas e temáticos foi a demonstrada na Figura 1.

² 1 LU = 1 Db (decibel).

Fig.1 - Amostra das ações de supervisão sobre o volume sonoro-2019

Amostra 2019		
1.º Trimestre		
Serviços de Programas	Dias	Períodos Horários
RTP1	07/jan	9h00-13h00
	14/fev	14h00-18h00
	24/mar	20h00-24h00
TVI 24	07/jan	9h00-13h00
	10/jan	14h00-18h00
	13/jan	20h00-24h00
2.º Trimestre		
SIC	15/abr	9h00-13h00
	09/mai	14h00-18h00
	22/jun	20h00-24h00
Kuriakos	15/abr	9h00-13h00
	18/abr	14h00-18h00
	28/abr	20h00-24h00
TV Canção Nova	06/mai	9h00-13h00
	15/mai	14h00-18h00
	25/mai	20h00-24h00
3.º Trimestre		
TVI	08/jul	9h00-13h00
	22/ago	14h00-18h00
	16/set	20h00-24h00
Hollywood	02/jul	9h00-13h00
	04/jul	14h00-18h00
	07/jul	20h00-24h00
MTV Portugal	05/ago	9h00-13h00
	14/ago	14h00-18h00
	24/ago	20h00-24h00
Cinemundo	04/set	9h00-13h00
	13/set	14h00-18h00
	22/set	20h00-24h00
4.º Trimestre		
RTP Açores	07/out	9h00-13h00
	16/out	20h00-24h00
	27/out	14h00-18h00
RTP Madeira	04/nov	9h00-13h00
	14/nov	14h00-18h00
	23/nov	20h00-24h00

Com recurso ao *software Nugen Audio Vism-H*, certificado pela norma ITU-R BS. 1770, e a recomendação R128 da EBU, aferiu-se o grau de cumprimento da recomendação supra nos eventos analisados (nível adequado de sensação de intensidade auditiva = -23 LUFs).

A análise do sinal do áudio foi desenvolvida em duas fases:

- i) Separação da programação em diferentes eventos. Foram extraídos os intervalos publicitários entre cada programa, os quais foram agrupados num bloco, resultando em espaços de programas e de publicidade em blocos, transmitidos durante o período em análise;
- ii) Medição do nível de sensação de intensidade auditiva dos eventos identificados, através do programa *Nugen Audio Vism-H*, obtendo-se o valor global em LUFS para cada evento determinado.

4. RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

A partir da amostra identificada e atendendo aos eventos analisados, em 2019, apuraram-se os resultados constantes da Figura 2.

Fig.2 - Resultados da supervisão sobre volume sonoro nos serviços generalistas-2019

Serviço de programas	Evento	1.º Trimestre		2.º Trimestre		3.º Trimestre		4.º Trimestre	
		LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro	LUFS	Nível sonoro
RTP1	Programação	-19,6	Alto ●						
	Autopromoção	-19,7	Alto ●						
	Publicidade	-19,8	Alto ●						
SIC	Programação			-22,5	Adequado				
	Autopromoção			-22,8	Adequado				
	Publicidade			-22,7	Adequado				
TVI	Programação					-22,7	Adequado		
	Autopromoção					-22,8	Adequado		
	Publicidade					-22,7	Adequado		
RTP Açores	Programação							-22,6	Adequado
	Autopromoção							-22,9	Adequado
	Publicidade							-22,8	Adequado
RTP Madeira	Programação							-22,6	Adequado
	Autopromoção							-22,8	Adequado
	Publicidade							-22,8	Adequado

● Serviço de programas que ultrapassa o nível de som adequado (- 23 LUFS, ± 1 LU)

Pela análise dos valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções, e dos valores integrados de intensidade auditiva para cada evento determinado nos dias selecionados relativamente aos serviços de programas SIC, TVI, RTP Açores e RTP Madeira, é possível inferir que, na totalidade, os programas, os espaços publicitários e os autopromoções analisados registaram níveis de volume sonoro adequados (- 23 LUFS, ± 1 LU).

Os valores sonoros médios da programação, publicidade e autopromoções do serviço de programas generalista RTP, registaram valores de intensidade auditiva elevados, entre os -19,6 LUFS e os -19,8 LUFS. O operador foi notificado, tendo este assumido

essas desconformidades, comprometendo-se à regularização das emissões, de acordo com a Diretiva 2016/1. Foi proposta uma nova ação de fiscalização, para avaliação dos níveis de volume sonoro, de acordo com a Diretiva 2016/1.

Fig.3 - Resultados da supervisão sobre volume sonoro nos serviços temáticos-2019

Serviço de programa	Evento	LUFS	Nível sonoro
TVI 24	Programação	-22,5	Adequado
	Autopromoção	-22,6	Adequado
	Publicidade	-22,6	Adequado
Kuriakos TV	Programação	-23,9	Adequado
	Autopromoção	-24,1	Adequado
	Publicidade	-23,9	Adequado
TV Canção Nova	Programação	-23,2	Adequado
	Autopromoção	-22,7	Adequado
	Publicidade	-23,2	Adequado
Hollywood	Programação	-24,1	Adequado
	Autopromoção	-22,9	Adequado
	Publicidade	-23	Adequado
MTV Portugal	Programação	-23,4	Adequado
	Autopromoção	-21,7●	Baixo
	Publicidade	-21,8●	Baixo
Cinemundo	Programação	-22,9	Adequado
	Autopromoção	-23,2	Adequado
	Publicidade	-23,0	Adequado

●Serviço de programas que ultrapassa o nível adequado de som (- 23 LUFS, ± 1 LU)

As medições dos volumes sonoros nos serviços de programas temáticos de cinema, Hollywood e Cinemundo apresentaram níveis de volume sonoro adequados, não se registando quaisquer oscilações entre a programação, publicidade e autopromoção, níveis (-23 LUFS, ± 1 LU).

De salientar que o canal temático de música MTV Portugal apresentou níveis de volume sonoro baixo, na publicidade e nas autopromoções, entre (-21,7 LUFS e os -21,8 LUFS), em relação aos níveis de volume nos programas, registaram-se valores adequados (-23,4 LUFS). O operador foi notificado em relação aos níveis de volume sonoro registados, tendo este assumido essas desconformidades, comprometendo-se à regularização das emissões de acordo com a Diretiva 2016/1. Foi proposta uma nova ação de fiscalização para avaliação dos níveis de volume sonoro, de acordo com a Diretiva 2016/1.

Em relação às medições dos volumes sonoros dos serviços temáticos religiosos, Kuriakos TV e Canção Nova, estes apresentaram níveis adequados, não se registando oscilações entre a programação, a publicidade e as autopromoções (-23 LUFS, ± 1 LU).

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

1. VISÃO GLOBAL

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

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

Em 2019, a tendência de cumprimento da exibição de programas originariamente em língua portuguesa aproximou-se à registada em 2018. Assim, no operador de serviço público, a RTP2 não garante, pelo terceiro ano consecutivo, as quotas de programas em língua portuguesa, nem de obras criativas.

Relativamente aos demais serviços de programas, continuam a registar-se percentagens bastante baixas nos serviços de programas temáticos de cinema e infantis/juvenis, os quais baixaram a quota de programas em língua portuguesa e consequentemente de obras criativas.

Os serviços de programas cujas temáticas são o cinema e as séries continuam a revelar percentagens residuais e sem grandes oscilações face a 2018.

Assinala-se ainda que o serviço de programas generalista CMTV se aproximou da quota de obras criativas em língua portuguesa, o que acontece pela primeira vez desde o início da atividade.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

2.1. DEFINIÇÕES

- i) **Programa originariamente em língua portuguesa** – Programas produzidos em língua portuguesa;
- ii) **Programas originários de outros países lusófonos** – Programas produzidos originariamente em língua portuguesa e provenientes de países lusófonos que não Portugal (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor);
- iii) **Obra criativa** – «A produção cinematográfica ou audiovisual assente em elementos estruturados de criação (...), longas e curtas-metragens de ficção e animação, documentários, telefilmes e séries televisivas (...), reportagens televisivas, programas didáticos, musicais, artísticos e culturais, desde que

passíveis de proteção pelo direito de autor» (alínea h) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).

2.2. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA

As percentagens legalmente fixadas para a difusão de programas originariamente em língua portuguesa e de obras criativas de produção originária em língua portuguesa estão previstas no artigo 44.º, da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido-LTSAP).

Nos termos do n.º 2 do referido normativo «os serviços de programas televisivos de cobertura nacional, com exceção daqueles cuja natureza e temática a tal se opuserem, devem dedicar pelo menos 50 % das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, televenda e teletexto, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa».

Os serviços de programas devem dedicar pelo menos 20 % do tempo das suas emissões à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa (n.º 3 do artigo 44.º, da LTSAP), sendo contabilizadas apenas as primeiras cinco exposições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas (n.º 4, do artigo 44.º, da LTSAP).

Para as percentagens referidas, podem contribuir programas originários de outros países lusófonos que não Portugal, numa percentagem não superior a 25 %, de acordo com o n.º 5 do mesmo artigo.

3. PROGRAMAS ORIGINARIAMENTE EM LÍNGUA PORTUGUESA PROGRAMAS CRIATIVOS EM LÍNGUA PORTUGUESA

Os valores apurados, em 2019, relativos à totalidade das emissões de cada serviço de programas de cobertura nacional são cotejados com o ano de 2018 de forma a aferir-se a evolução, em pontos percentuais, dos diversos serviços dos operadores de televisão na difusão de obras audiovisuais.

Na presente análise, assinala-se que, quer os serviços de programas de âmbito internacional quer os de âmbito regional, não estão sujeitos ao cumprimento do disposto no artigo 44.º da LTSAP. Contudo, e tendo os operadores disponibilizado os dados, estes foram analisados apenas para efeitos estatísticos.

Assim, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que o serviço de programas autorizado, em 2019, NOS Studios, não completou um ano de emissão até ao final do ano em análise, pelo que este conjunto de obrigações legais, fundadas na análise de um ano de emissão, só será aferido em 2020.

Mais se refere que foi revogada a autorização do serviço de programas Angelus TV, pelo que os dados relativos ao mesmo não serão considerados para efeito de avaliação no

presente relatório. Pela leitura da Figura 1, verifica-se que as descidas mais significativas nas obras em língua portuguesa ocorreram nos serviços de programas de temática infantil-juvenil. A percentagem de programas originariamente em língua portuguesa desceu em todos os serviços de programas do operador SPORT TV. Mais se retrata que os serviços de programas cuja temática é cinema e séries têm vindo a apresentar quotas bastante aquém do expetável, o que é sustentado pelo projeto de autorização baseado maioritariamente em obras de origem norte-americana.

Relativamente às obras criativas, registam-se descidas nos serviços de programas temáticos do operador SIC, sendo nos serviços de programas de desporto e informação residual ou inexistente.

Fig. 1 - Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa

Operadores	Serviços de programas	Programas originariamente em língua portuguesa (%)			Programas criativos em língua portuguesa (%)		
		2018	2019	Var.18/19	2018	2019	Var.17/18
RTP	RTP1	83,8	85,4	▲	37,8	40,7	▲
	RTP2	47,0	47,8	▲	19,6	17,5	▼
	RTP 3	95,5	93,9	▼	9,9	11,1	▲
	RTP Internacional**	97,1	96,3	▼	41,1	43,8	▲
	RTP África	96,5	99,0	▲	39,7	41,7	▲
	RTP Memória	78,8	80,1	▲	43,1	37,1	▼
	RTP Madeira*	96,9	95,7	▼	18,0	18,6	▲
	RTP Açores*	98,8	96,6	▼	50,5	52,5	▲
SIC	SIC	79,5	85,8	▲	50,3	59,4	▲
	SIC Radical	28,4	29,6	▲	19,8	19,6	▼
	SIC Mulher	25,9	21,0	▼	17,2	13,0	▼
	SIC K	13,4	9,5	▼	6,5	2,8	▼
	SIC Notícias	94,0	93,9	▼	2,2	3,9	▲
	SIC Caras	44,1	43,3	▼	33,5	33,6	▲
TVI	TVI	94,7	94,7	=	50,5	51,4	▲
	TVI 24	99,4	99,9	▲	6,3	7,5	▲
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	46,0	42,5	▼
NOS PUB. e CONTEÚDOS	TVC1	0,5	1,0	▲	0,4	0,5	▲
	TVC2	2,5	3,0	▲	1,6	1,2	▼
	TVC3	0,1	0,1	=	0,1	0,1	=
	TVC4	0,3	0,1	▼	0,3	0,1	▼
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
DREAMIA	Canal Panda	1,9	1,5	▼	0,0	0,0	=
	Biggs	26,2	8,1	▼	20,7	5,5	▼
	Hollywood	0,0	0,5	▲	0,0	0,3	▲
	Canal BLAST**	1,6	1,7	▲	0,0	0,5	▲
CINEMUNDO	Cinemundo	3,4	1,5	▼	0,8	0,5	▼
SPORT TV	Sport TV 1	70,1	55,8	▼	1,4	1,6	▲
	Sport TV 2	68,0	49,2	▼	0,1	0,2	▲

	Sport TV 3	58,0	35,9	▼	0,2	0,4	▲
	Sport TV 4	64,9	10,0	▼	0,5	0,6	▲
	Sport TV 5	43,9	40,4	▼	1,9	1,5	▼
	Sport TV África 1**	99,9	96,3	▼	15,8	15,2	▼
	Sport TV+	77,4	72,3	▼	36,8	40,3	▲
NEXT TV	RTV	100,0	100,0	=	5,3	4,0	▼
	MVM	100,0	100,0	=	0,5	9,4	▲
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	20,4	15,0	▼
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	98,6	99,2	▲	41,6	47,4	▲
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	16,0	4,8	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	9,8	8,0	▼	8,1	8,0	▼
MTV NETWORKS	MTV Portugal	43,8	48,2	▲	43,8	48,2	▲
OSTV	Canal 180	62,0	60,7	▼	40,2	39,0	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100,0	=	0,3	0,0	▼
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	88,9	89,3	▲	11,8	17,0	▲
COFINA	Correio da Manhã TV	91,1	91,3	▲	0,0	16,3	▲
SPORTING – COMUNICAÇÃO e PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	83,4	76,3	▼
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	97,8	97,5	▼	81,2	33,7	▼
CANALIFE	S+	–	83,2	–	–	0,1	–

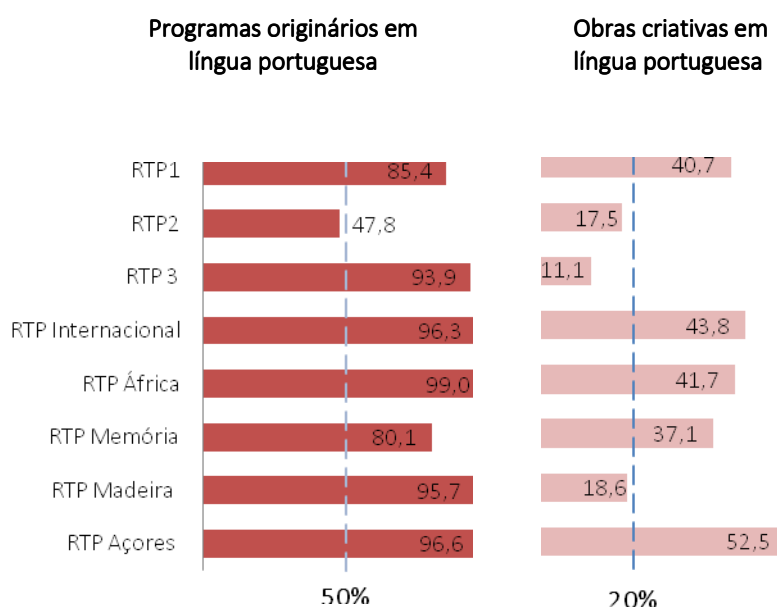
*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento do artigo 44.º da LTSAP.

4. DEFESA DA LÍNGUA PORTUGUESA POR OPERADOR

- RTP - Rádio e Televisão de Portugal

Fig. 2 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

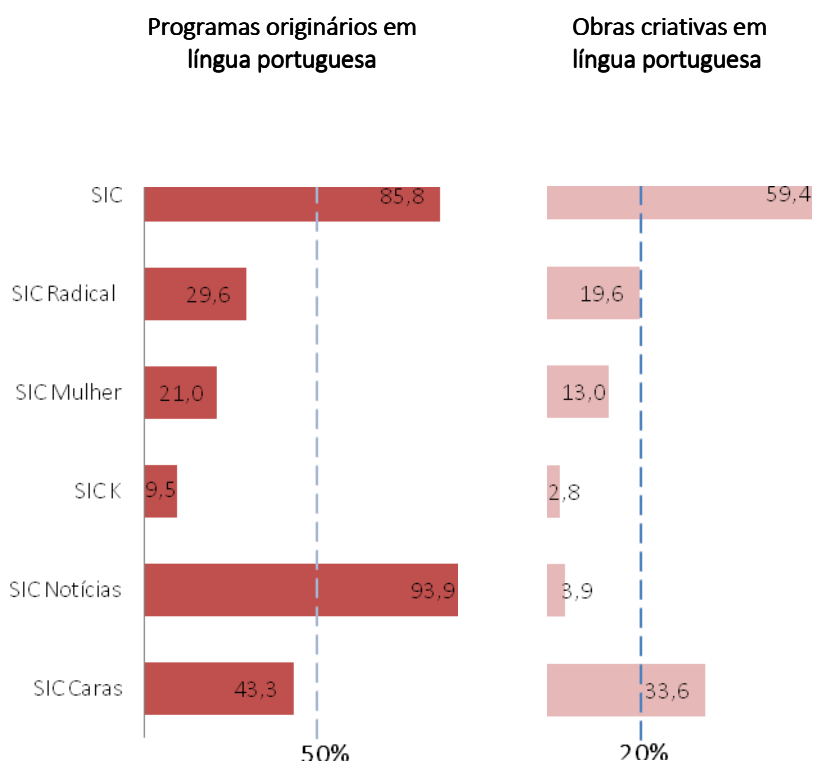


As emissões dos serviços de programas do operador RTP são predominantemente em língua portuguesa, pelo que se assinala o cumprimento das normas enunciadas. Contudo, destaca-se que as quotas apresentadas pela RTP2, quer em matéria de obras em língua portuguesa, quer de obras criativas, continuam a situar-se abaixo das obrigações previstas. Também a RTP Madeira se situa aquém no cumprimento das obras criativas. Contudo, visto a área de cobertura ser regional, não está sujeita ao cumprimento das obrigações já expressas.

Em matéria de exibição de obras criativas, a RTP3 também se situa abaixo da quota mínima. Não obstante, sendo um serviço de programas temático de informação, atende-se às obrigações do operador em matéria de informação, que não se coadunam com programação de natureza criativa.

- **SIC - Sociedade Independente de Comunicação**

Fig. 3 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

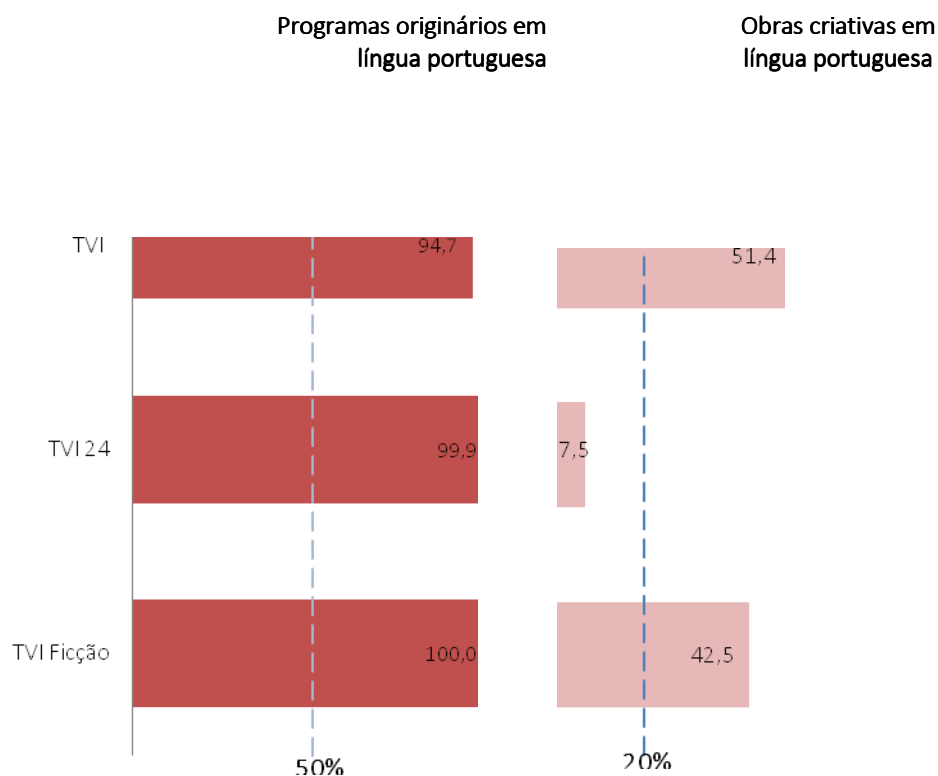


O operador SIC cumpriu a percentagem de 50 % relativamente a programas originariamente em língua portuguesa, nos serviços de programas SIC e SIC Notícias. São de assinalar as descidas de produção originariamente em língua portuguesa nos serviços de programas SIC Mulher, SIC K e SIC Caras, aquém da quota mínima.

No que se refere à difusão de obras criativas, os serviços SIC Mulher, SIC K, SIC Notícias e SIC Radical não alcançaram a percentagem fixada, embora esta última a décimas dos 20 %. Embora se atenda à natureza específica dos serviços de programas, é de assinalar a descida de dois pontos percentuais da SIC K, o que revela um investimento diminuto na programação infantil/juvenil originariamente em língua portuguesa.

- TVI - Televisão Independente

Fig. 4 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

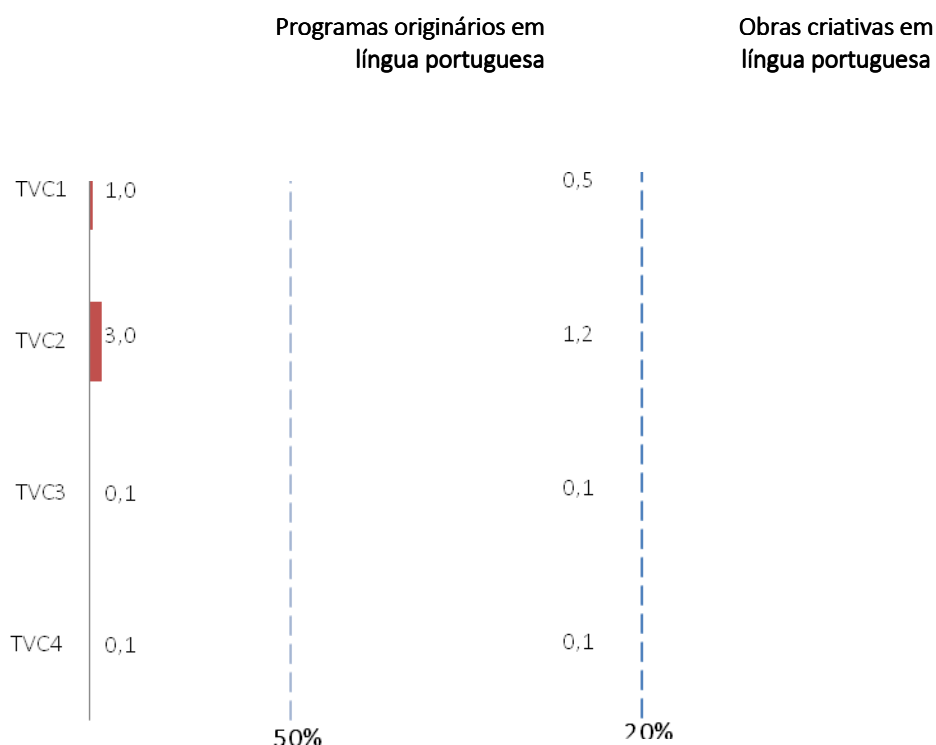


Os serviços de programas do operador TVI reservaram, em 2019, mais de 50 % do tempo de emissão à difusão de programas originariamente em língua portuguesa, dando cumprimento à quota prevista na lei, com valores acima dos 94 %. Na TVI Ficção, a totalidade da emissão é composta por programas originariamente em língua portuguesa.

Relativamente a obras criativas, só o serviço de informação TVI24 não atingiu o valor fixado, dada a sua natureza temática. Já a TVI e a TVI Ficção obtiveram percentagens acima dos 42 %.

- NOSPUB, Publicidade e Conteúdos

Fig. 5 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



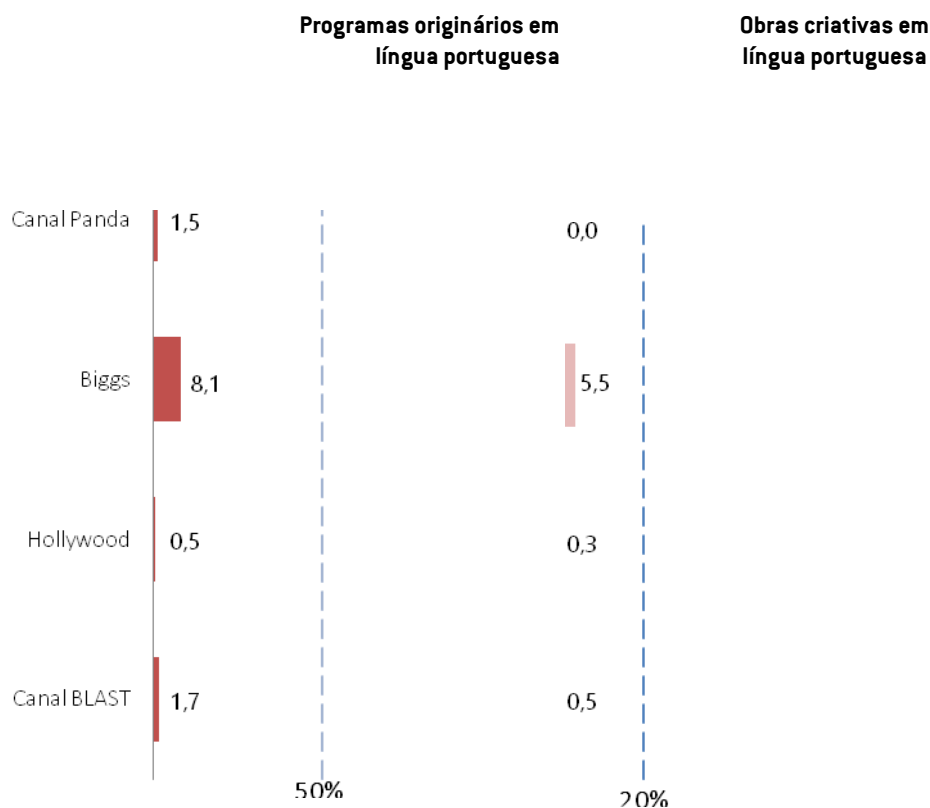
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., incorporaram percentagens diminutas de programação, tanto no que se refere à exibição de programas originariamente em língua portuguesa como de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, pelo que nenhum dos seus serviços deu cumprimento ao estipulado no normativo legal.

De assinalar que os serviços do operador NOSPUB desceram as percentagens previstas para obras em língua portuguesa e criativas, face a 2018. Assim, assinala-se o incumprimento da recomendação constante na Deliberação 10/OUT-TV/2011, de 1 de junho, segundo a qual o operador deveria «incorporar na programação dos serviços de programas que detém, em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente».

Desta forma, ainda que se atenda aos critérios previstos no artigo 47.º da LTSAP, no qual se determina que, na avaliação do cumprimento das obrigações referidas nos artigos 44.º a 46.º, deve ser tida em conta a natureza específica dos serviços de programas temáticos, os serviços deste operador continuam a não cumprir a Deliberação mencionada, tendo ao invés manifestado, nos últimos anos, oscilações mínimas de subidas e descidas, invariavelmente aquém de uma percentagem inferior a um.

- DREAMIA

Fig. 6 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



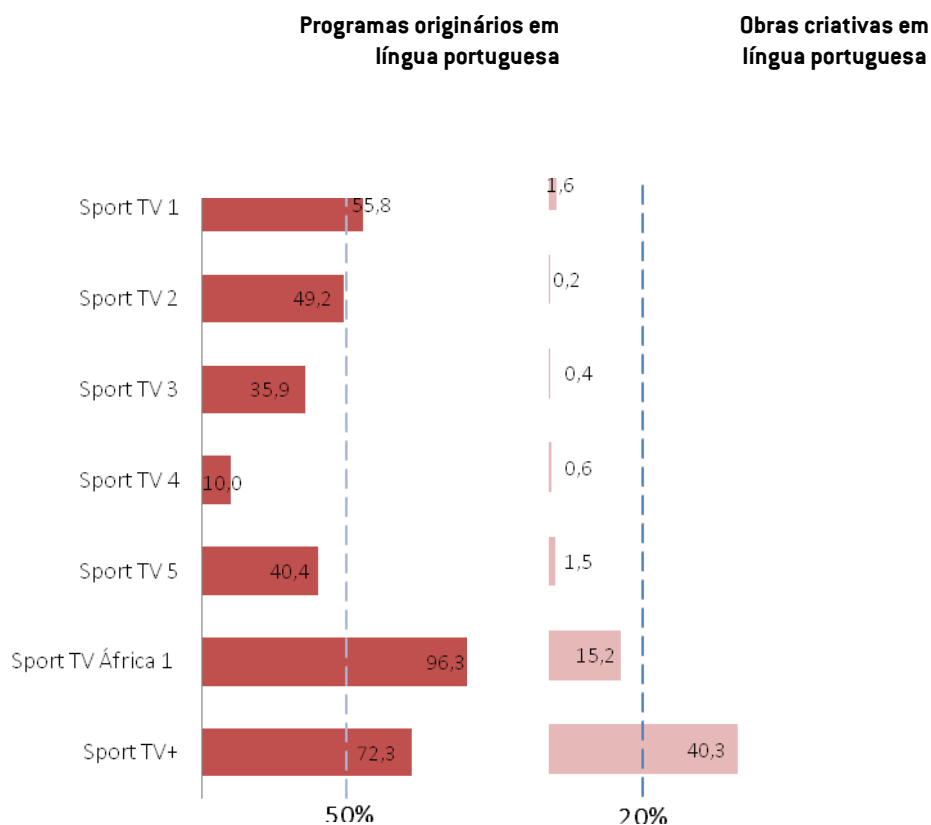
Os serviços de programas temáticos de cinema e séries e infantis/juvenis do operador DREAMIA também se encontram em incumprimento generalizado do normativo legal, com percentagens abaixo dos 2 % por serviço de programas. De assinalar que mesmo os serviços de programas que exibem programação originariamente em língua portuguesa esta já não é revertível na quota de obras criativas uma vez que já foram repetidas mais de cinco vezes.

Assiste-se a uma descida de produção nacional no serviço de programas BIGGS, que só exibiu a quinta série da telenovela juvenil “Morangos com Açúcar”, sendo a maioria dos episódios exibida acima da quinta vez. Também o Canal Panda viu a quota de programas originariamente em língua portuguesa baixar e, conseqüentemente, as obras criativas.

A Deliberação 11/OUT-TV/2011 previa que o operador, no serviço de programas Hollywood, deveria «incorporar [...], em cada ano, a partir de 2011, mais 10 % de obras originariamente em língua portuguesa, de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, de produção europeia e de produção independente recente», não obstante a recomendação não se dá por cumprida.

- SPORT TV PORTUGAL, S.A.

Fig. 7 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



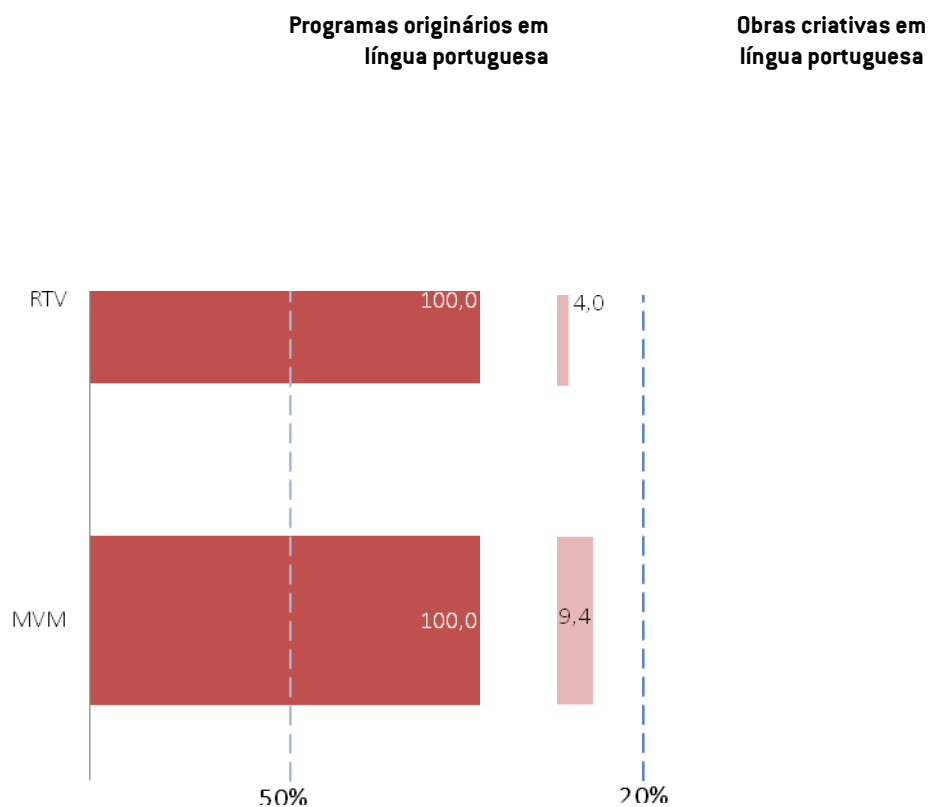
Os serviços de programas do operador SPORT TV Portugal alcançaram a percentagem de 50 % na difusão de programas em língua portuguesa na SPORT TV1, SPORT TV África1 e SPORT TV+. Contudo, denota-se uma descida generalizada das quotas de programas originariamente em língua portuguesa.

Já no que se refere à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, apenas o serviço de programas temático SPORT TV+ atinge um valor superior a 20 %.

Na avaliação do cumprimento desta quota deverá considerar-se o critério de aplicação previsto no artigo 47.º da LTSAP, tendo em conta a natureza específica dos serviços de programas de temática desportiva, cuja grelha de programação é constituída essencialmente por transmissões de eventos desportivos e programas de informação relacionados com desporto. O serviço de âmbito internacional, SPORT TV África1, está isento do cumprimento destas quotas.

- NEXT TV – Televisão, Rádio e Multimédia

Fig. 8 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)

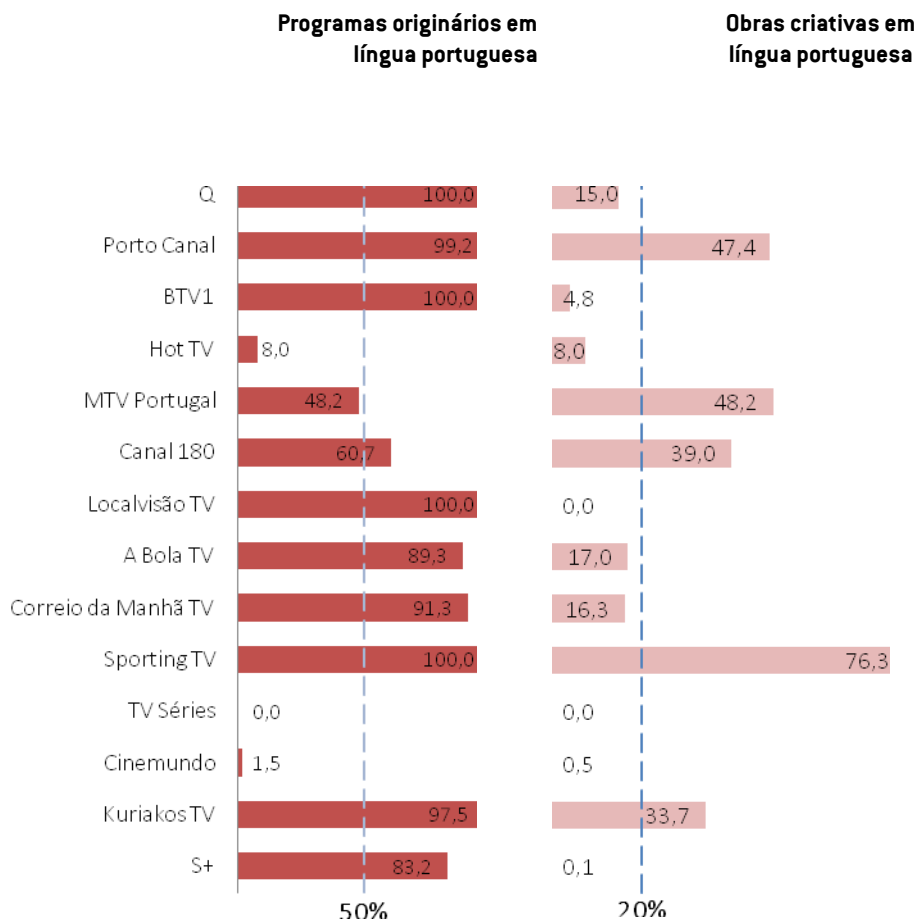


Os serviços de programas RTV e MVM, do operador Next TV, continuam a transmitir a totalidade programação originariamente em língua portuguesa.

Contudo, nos programas criativos de produção originária em língua portuguesa situam-se bastante aquém da quota mínima de 20 %.

- Outros serviços de programas de televisão

Fig. 9 – Programas originariamente em língua portuguesa e obras criativas em língua portuguesa (%)



Os serviços de programas Q, Porto Canal, BTV1, Localvisão TV, CMTV, Sporting TV e Kuriakos TV alcançaram percentagens de programas originariamente em língua portuguesa muito próximas dos 100 %. Os serviços Hot TV, TV Séries, Cinemundo e MTV Portugal não alcançaram os valores fixados, ficando este último próximo do valor (cerca de 48 %).

Quanto aos programas criativos, apenas os serviços Porto Canal, MTV Portugal, Canal 180, Sporting TV e Kuriakos TV cumprem a percentagem mínima de 20 % prevista na LTSAP.

Os restantes serviços de programas não atingem a quota mínima de 20 % muito em função da sua natureza temática. De assinalar que o serviço de programas CMTV incorporou a maior percentagem de obras criativas em língua portuguesa desde que se encontra em atividade, impulsionada pela exibição de uma telenovela de produção nacional.

DIFUSÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS: PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

1. VISÃO GLOBAL

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

Em 2019, dos 48 serviços de programas avaliados, 33 incorporaram uma percentagem maioritária de obras de produção europeia. De salientar que os restantes não atingiram esta percentagem, em grande parte, pela natureza específica dos serviços temáticos, de acordo com o previsto no artigo 47.º da LTSAP. Todavia, tal não os isenta do cumprimento das obrigações supra.

O mesmo se aplica nas obrigações relativas a obras de produção independente recente, cuja quota de 10 % não é alcançada em 18 serviços de programas, nomeadamente os temáticos de cinema e séries, dada a programação ser predominantemente de origem norte-americana.

De assinalar a inexistência de programação de produção europeia independente nos serviços de programas SPORT TV+, Q, MTV Portugal, Localvisão TV, Sporting TV e Kuriakos TV, o que se deve, em grande medida, a serem canais de produção própria. Ainda que por motivos diversos, relacionados com a emissão de produção norte-americana, a TV Séries também não incorpora qualquer obra de produção independente na emissão.

Relativamente à quota de 5 % a preencher pelos serviços de programas generalistas, com difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente mais de metade da totalidade de produção independente recente, 54,8 %.

De assinalar que o serviço de programas generalista de acesso não condicionado com assinatura CMTV apresentou, pela primeira vez, uma percentagem superior a 5 % nos critérios identificados.

Quanto à incorporação de obras de produção europeia nos catálogos dos serviços audiovisuais a pedido, verifica-se que, à exceção da MEO, com 15,8 % de títulos de obras europeias, os restantes serviços VoD ultrapassaram ou aproximaram-se dos 30 % de integração.

2. ENQUADRAMENTO LEGAL

Os operadores de televisão devem incorporar uma percentagem maioritária de obras europeias na programação dos seus serviços, uma vez deduzido o tempo dedicado aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, tevenda e teletexto, nos termos do artigo 45.º da LTSAP.

Devem ainda assegurar, nos termos do artigo 46.º da referida lei, que pelo menos 10 % da respetiva programação, com exclusão dos tempos anteriormente referidos, sejam preenchidos através da difusão de obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos.

Os serviços de programas classificados como generalistas devem ainda dedicar, de acordo com o disposto no n.º 2 do artigo 46.º da mesma lei, pelo menos metade do tempo da percentagem da programação mencionada no n.º 1 do referido artigo «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

Para o apuramento das percentagens previstas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 46.º da LTSAP, são contabilizadas «somente as primeiras cinco exibições de cada obra, independentemente do ano em que sejam exibidas».

O relatório resultante dessa avaliação, no que diz respeito à produção europeia e à produção independente, é apresentado à Comissão Europeia, em relatório bienal, para efeitos do cumprimento do disposto nos artigos 16.º e 17.º da Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (SCSA). São seguidos os critérios de aplicação definidos no artigo 47.º da LTSAP e as orientações para a aplicação dos artigos 16.º e 17.º da DSCSA, constantes do *“Revised guidelines for monitoring the application of articles 16 and 17 of the audiovisual media services directive”*¹ e do *“Manual de Classificação”*, da ERC.

São ainda apresentadas as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia pelos serviços audiovisuais a pedido, como previsto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP e o disposto no art.º 13.º da Diretiva SCSA, que determina que «os Estados-membros devem assegurar que os serviços de comunicação social audiovisual a pedido prestados por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição promovam, quando viável e pelos meios adequados, a produção de obras europeias e o acesso às mesmas. Tal promoção pode dizer respeito, por exemplo, à contribuição financeira de tais produtos para a produção e aquisição de direitos de obras europeias ou à percentagem e/ou relevo das obras europeias no catálogo de programas oferecido pelo serviço de comunicação social audiovisual a pedido».

DEFINIÇÕES

Para efeitos da leitura do presente relatório, entende-se por:

- **Obras europeias** (alínea n) do n.º 1 do artigo 1.º da Diretiva SCSA), alínea j) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP:

http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/eu_works/guidelines_2011_en.pdf

- i) As obras originárias de Estados-membros;
 - ii) As obras originárias de Estados terceiros europeus que sejam parte na Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa e satisfaçam as seguintes condições:
 - a. As obras que, realizadas essencialmente com a participação de autores e trabalhadores residentes em um ou mais dos Estados a que se referem essas disposições, satisfaçam uma das três condições seguintes:
 - Serem realizadas por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A produção dessas obras ser supervisionada e efetivamente controlada por um ou mais produtores estabelecidos em um ou vários desses Estados,
 - A contribuição dos coprodutores desses Estados para o custo total da coprodução ser maioritária e a coprodução não ser controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora desses Estados;
 - b. As obras coproduzidas no âmbito de acordos referentes ao sector audiovisual celebrados entre a União e países terceiros e que cumpram as condições estabelecidas em cada um desses acordos;
 - iii) As obras que não sejam europeias na aceção da alínea n) do n.º 1, do citado artigo 1.º da Diretiva, mas sejam produzidas ao abrigo de acordos bilaterais de coprodução celebrados entre Estados-membros e países terceiros são consideradas obras europeias sempre que caiba aos coprodutores da União a parte maioritária do custo total da sua produção e esta não seja controlada por um ou mais produtores estabelecidos fora do território dos Estados-membros (n.º 4 art.º 1.º da DSCSA).
- **Obra de produção independente** - obra produzida por um produtor independente e que satisfaça cumulativamente os seguintes requisitos:
 - i) Detenção da titularidade dos direitos sobre a obra produzida pelo produtor independente, com a clara definição contratual do tipo e duração dos direitos de difusão cedidos aos operadores de televisão (ponto i) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP);
 - ii) Obra produzida com autonomia criativa e liberdade na forma de desenvolvimento, nomeadamente no que respeita à escolha dos estúdios, atores, meios e distribuição (ponto ii) da alínea i) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP).
 - **Produtor independente** - pessoa coletiva cuja atividade principal consista na produção de obras cinematográficas ou audiovisuais, desde que se verifiquem cumulativamente os seguintes requisitos (alínea p) do n.º 1 do artigo 2.º da LTSAP):
 - i) Capital social não detido, direta ou indiretamente, em mais de 25 % por um operador de televisão ou em mais de 50 % no caso de vários operadores de televisão;
 - ii) Limite anual de 90 % de vendas para o mesmo operador de televisão.

3. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Ao cotejar os valores de 2019 com igual período de análise de 2018, é possível concluir quais as evoluções nos diferentes serviços de programas de cobertura nacional e se estes se traduziram em subidas, descidas ou se se mantiveram inalterados.

Na presente análise distinguem-se os serviços de programas de âmbito internacional e de âmbito regional que não estão sujeitos ao cumprimento do disposto nos artigos 45.º e 46.º da LTSAP. Não obstante, sempre que estes dados sejam facultados pelos operadores, os mesmos são dispostos no quadro, devidamente assinalados.

Assim, foram analisados quarenta e oito serviços de programas, dos quais quatro são de âmbito internacional e dois regionais.

Assinala-se ainda que o serviço de programas autorizado, em 2019, NOS STUDIOS, não completou um ano de emissão até ao final de 2019, pelo que a sua avaliação anual só será aferida em 2020.

Mais se refere que foi revogada a autorização do serviço de programas Angelus TV, pelo que os dados relativos ao mesmo não serão considerados para efeito de avaliação no presente relatório.

Pela leitura da Figura 1, embora não se registem descidas acentuadas, quanto às quotas de produção europeia, refere-se que os serviços temáticos do operador SIC – SIC Radical, SIC Mulher e SIC K, do operador NOS PUB – TVC1, TVC2, TVC3 e TVC4, assim como os demais serviços temáticos de cinema, Cinemundo, Hollywood e TV Séries, continuam a situar-se abaixo de uma percentagem maioritária de produção europeia. De assinalar uma descida expressiva de produção europeia no serviço de programas BIGGS que se situa agora abaixo da percentagem maioritária. Tal facto tem origem na diminuição de horas de exibição da telenovela juvenil “Morangos com Açúcar”.

Relativamente às obras de produção independente recente, situam-se abaixo dos 10 %, o serviço RTP Memória, no qual se atende à natureza específica do serviço de programas, tal como a SIC K, a TVI24 e a TVI Ficção, TVC3, TVC4 e Hollywood e sem qualquer integração de produção independente recente, os serviços TV Séries e Sport TV+.

Fig. 1 – Obras de produção europeia e de produção independente - 2019

Operadores	Serviços de programas	Produção europeia (%)			Produção independente recente (%)		
		2018	2019	Var.18/19	2018	2019	Var.18/19
RTP	RTP1	86,5	86,6	▲	27,9	27,9	=
	RTP2	78,8	78,8	=	32,6	22,1	▼
	RTP 3	96,6	95,7	▼	30,6	26,1	▼
	RTP Internacional**	99,9	99,4	▼	29,5	32,6	▲
	RTP África	92,6	93,2	▲	46,7	47,6	▲
	RTP Memória	79,9	80,9	▲	3,5	6,2	▲
	RTP Madeira*	98,7	98,3	▼	20,0	20,4	▲
	RTP Açores*	99,7	97,2	▼	36,5	28,8	▼
SIC	SIC	69,5	76,7	▲	58,2	56,7	▼
	SIC Radical	45,8	43,5	▼	27,7	23,6	▼
	SIC Mulher	42,4	39,0	▼	16,1	18,1	▲
	SIC K	47,7	44,2	▼	9,3	7,8	▼
	SIC Notícias	89,6	88,1	▼	37,1	34,1	▼
	SIC Caras	55,1	53,5	▼	29,5	30,7	▲
TVI	TVI	93,3	94,5	▲	26,4	24,8	▼
	TVI 24	91,5	94,0	▲	1,2	2,3	▲
	TVI Ficção	100,0	100,0	=	1,4	1,4	=
NOS PUB. e CONTEÚDOS	TVC1	30,2	30,0	▼	10,5	11,8	▲
	TVC2	42,4	41,9	▼	12,5	14,1	▲
	TVC3	27,0	21,7	▼	7,2	6,5	▼
	TVC4	18,5	22,4	▲	3,9	3,9	=
NOS LUSOMUNDO TV	TV Séries	3,3	7,3	▲	1,2	0,0	▼
DREMIA	Canal Panda	58,2	77,4	▲	13,3	12,1	▼
	Panda Biggs	97,5	45,7	▼	0,0	21,5	▲
	Hollywood	9,8	11,5	▲	1,7	1,1	▼
	Canal BLAST**	8,6	8,8	▲	0,7	0,9	▲
CINEMUNDO	Cinemundo	26,0	32,8	▲	2,2	4,3	▲
SPORT TV	Sport TV 1	67,8	83,9	▲	30,3	33,4	▲
	Sport TV 2	90,1	86,0	▼	47,2	49,3	▲
	Sport TV 3	84,0	81,4	▼	47,0	31,1	▼
	Sport TV 4	33,5	89,8	▲	22,1	27,2	▲
	Sport TV 5	55,6	74,0	▲	36,1	26,3	▼
	Sport TV África 1**	100,0	100,0	=	10,4	10,0	▼
	Sport TV+	0,0	0,0	=	0,0	0,0	=
NEXT TV	RTV	100,0	100,0	=	59,4	61,5	▲
	MVM	90,8	93,6	▲	0,3	3,0	▲
CANAL Q	Q	100,0	100,0	=	0,4	0,1	▼
AVENIDA DOS ALIADOS	Porto Canal	100,0	100,0	=	43,2	24,8	▼
BENFICA TV	BTV1	100,0	100,0	=	36,7	33,1	▼
FILMES HOTGOLD	Hot TV	30,1	29,1	▼	22,9	25,8	▲

MTV NETWORKS	MTV Portugal	52,2	58,3	▲	0,0	0,0	=
OSTV	Canal 180	83,3	82,6	▼	13,5	11,7	▼
CANALVISÃO	Localvisão TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
VICRA COMUNICAÇÕES	A Bola TV	73,9	78,9	▲	12,1	17,3	▲
COFINA	CMTV	79,0	83,1	▲	1,2	10,2	▲
SPORTING - COMUNICAÇÃO E PLATAFORMAS	Sporting TV	100,0	100,0	=	0,0	0,0	=
MOTES & IDEIAS	Kuriakos TV	99,6	98,6	▼	0,1	0,1	=
CANALIFE	S+		71,1			2,3	

*Os serviços de programas de âmbito regional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

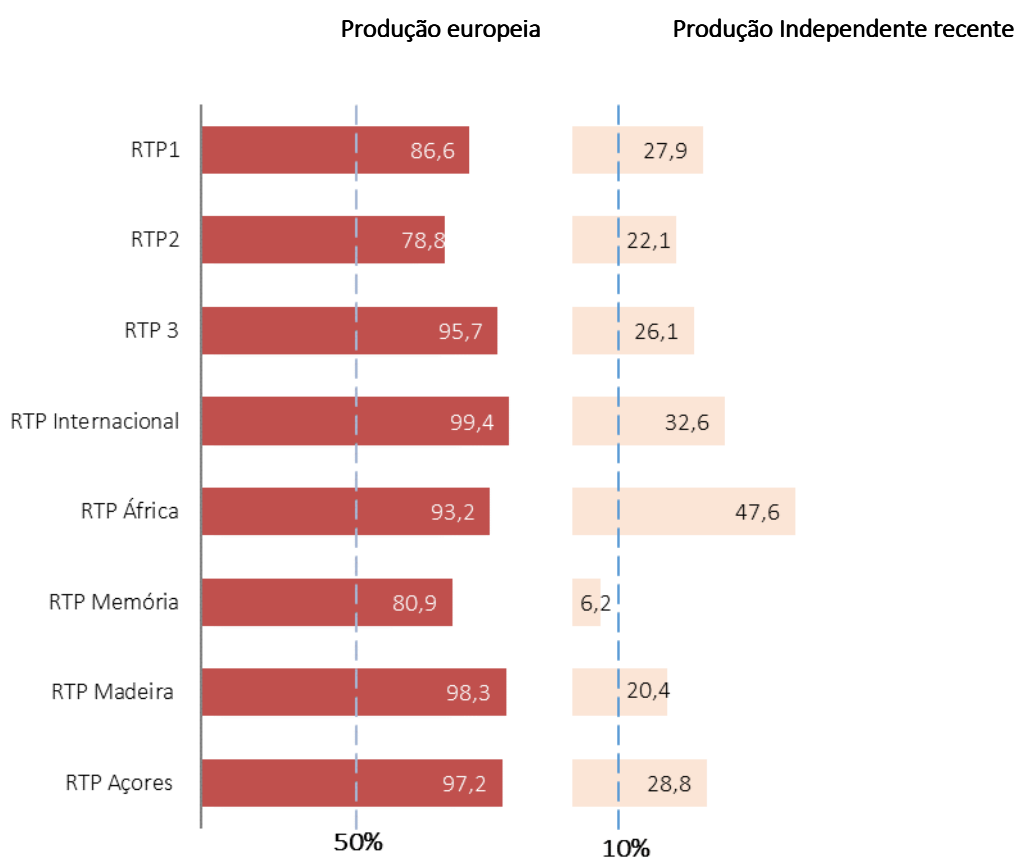
** Os serviços de programas de âmbito internacional não estão obrigados ao cumprimento dos artigos 45.º e 46.º da LTSAP.

4. PRODUÇÃO EUROPEIA E PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR OPERADOR

Nas figuras seguintes será feita uma análise, por operador, das percentagens atingidas nos diversos serviços de programas, em 2019, nas obras de produção europeia e de produção independente recente, tendo por base os referenciais de 50 % e 10 %, respetivamente.

- RTP- Rádio e Televisão de Portugal

Fig. 2 – Produção europeia e produção independente recente (%)

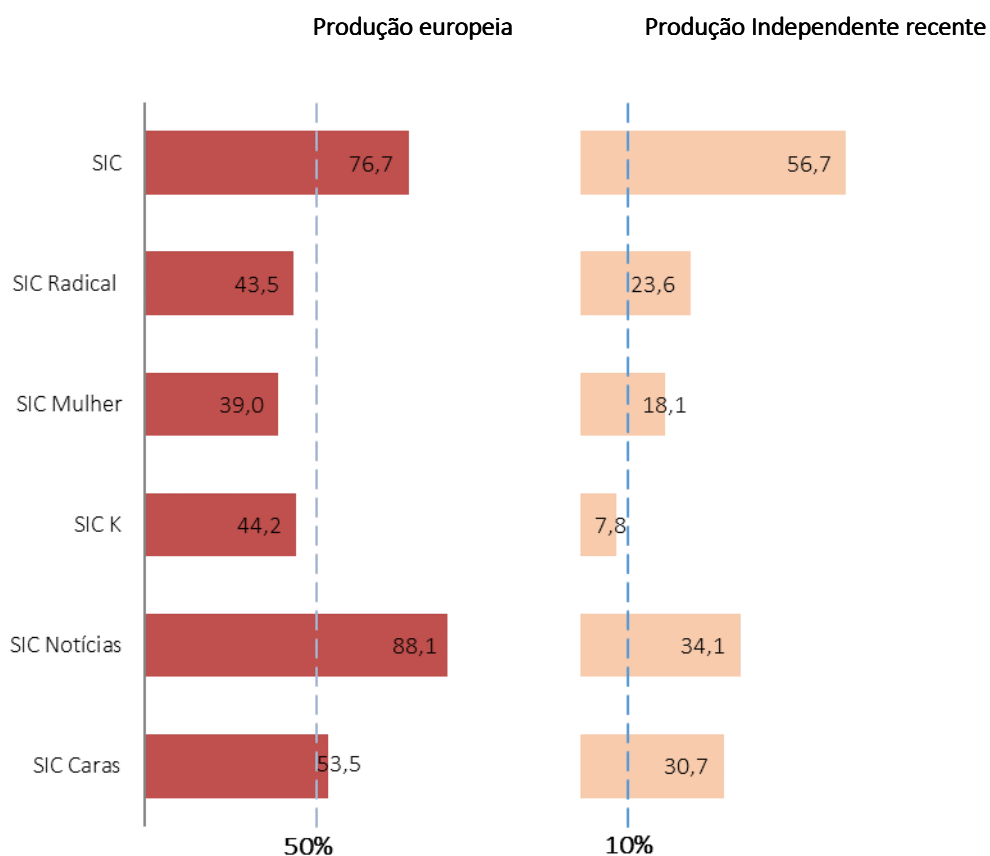


Os serviços de programas do operador RTP apresentaram uma percentagem maioritária de obras europeias na programação de todos os seus serviços, cumprindo o disposto no art.º 45.º da LTSAP. Os valores registados resultam da dedução dos tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade. As percentagens obtidas nos diversos serviços deste operador oscilaram entre 78,8 %, na RTP2, e os 99,4 % na RTP Internacional.

Quanto às obras criativas de produção independente europeias, produzidas há menos de cinco anos, ultrapassaram os 10 % exigidos em todos os serviços, à exceção da RTP Memória, fruto de a natureza da programação resultar em parte de programas de arquivo da RTP.

- **SIC - Sociedade Independente de Comunicação**

Fig. 3 – Produção europeia e produção independente recente (%)



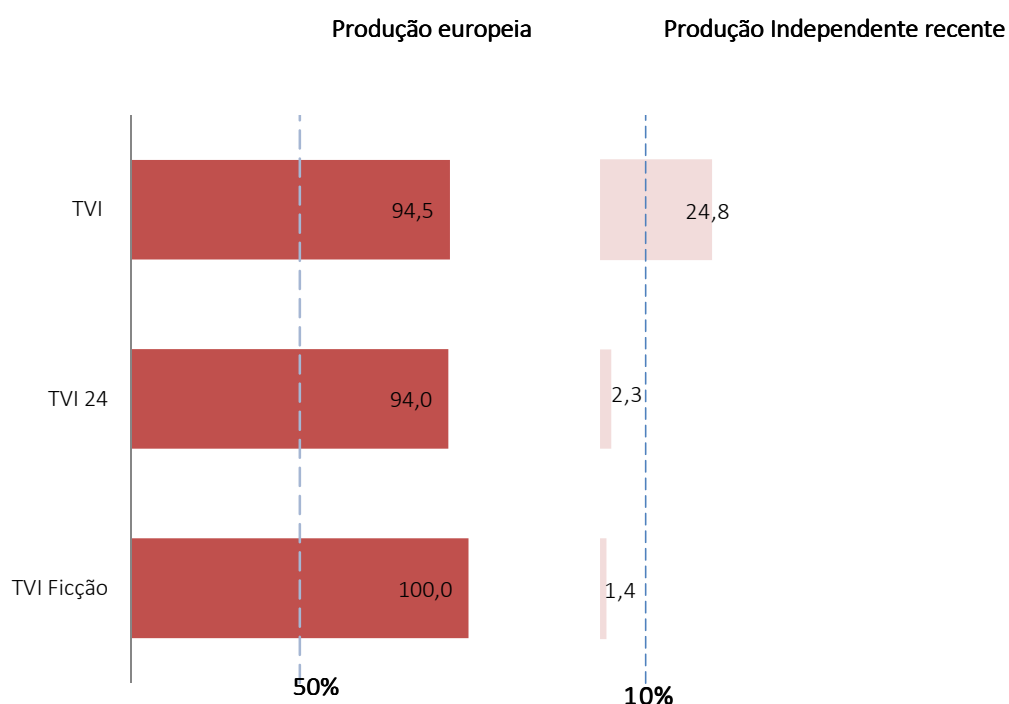
Os serviços de programas do operador SIC, SIC Radical, SIC Mulher e SIC K, situaram-se aquém da percentagem maioritária de obras europeias, com descidas na ordem dos três pontos percentuais relativamente ao ano anterior.

As percentagens mais elevadas registaram-se no serviço temático de informação SIC Notícias, 88,1 %, tal como em anos anteriores por este valor ser apurado depois de deduzido os tempos dedicados a obras de exclusão, como sejam os noticiários, manifestações desportivas e publicidade.

Quanto à difusão de obras criativas de produção independente recente, o serviço de programas SIC K situou-se aquém dos 10 %, e com uma descida de dois pontos percentuais em relação a 2018.

- TVI - Televisão Independente

Fig. 4 – Produção europeia e produção independente recente (%)

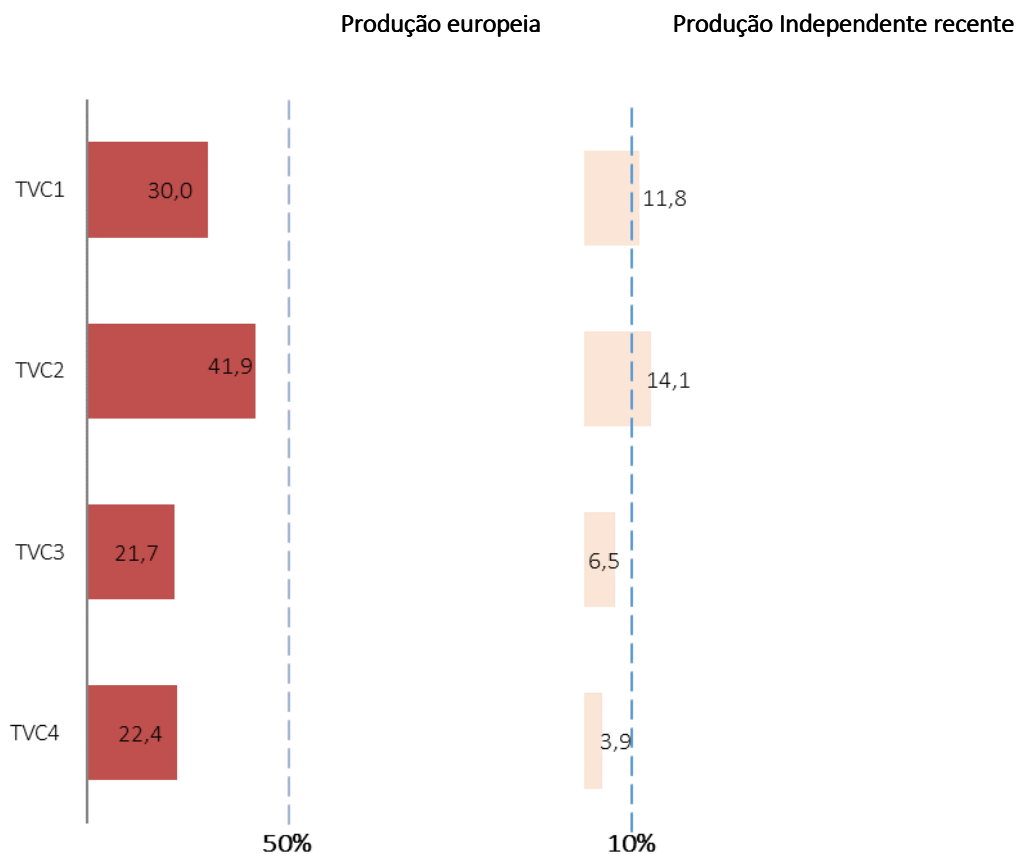


No que se refere à produção europeia, os serviços de programas do operador TVI registaram valores acima da quota prevista, entre os 94,0 %, na TVI24, e os 100 %, na TVI Ficção.

Relativamente à difusão de obras independentes de produção recente, apenas a TVI cumpriu a quota prevista, tendo os restantes serviços evidenciado valores aquém dos 10 %, o que resulta da natureza específica dos serviços de programa em análise e, no caso da TVI Ficção, cuja programação resulta da incorporação de obras de ficção de produção própria menos recentes.

- NOSPUB, Publicidade e Conteúdos

Fig. 5 – Produção europeia e produção independente recente (%)

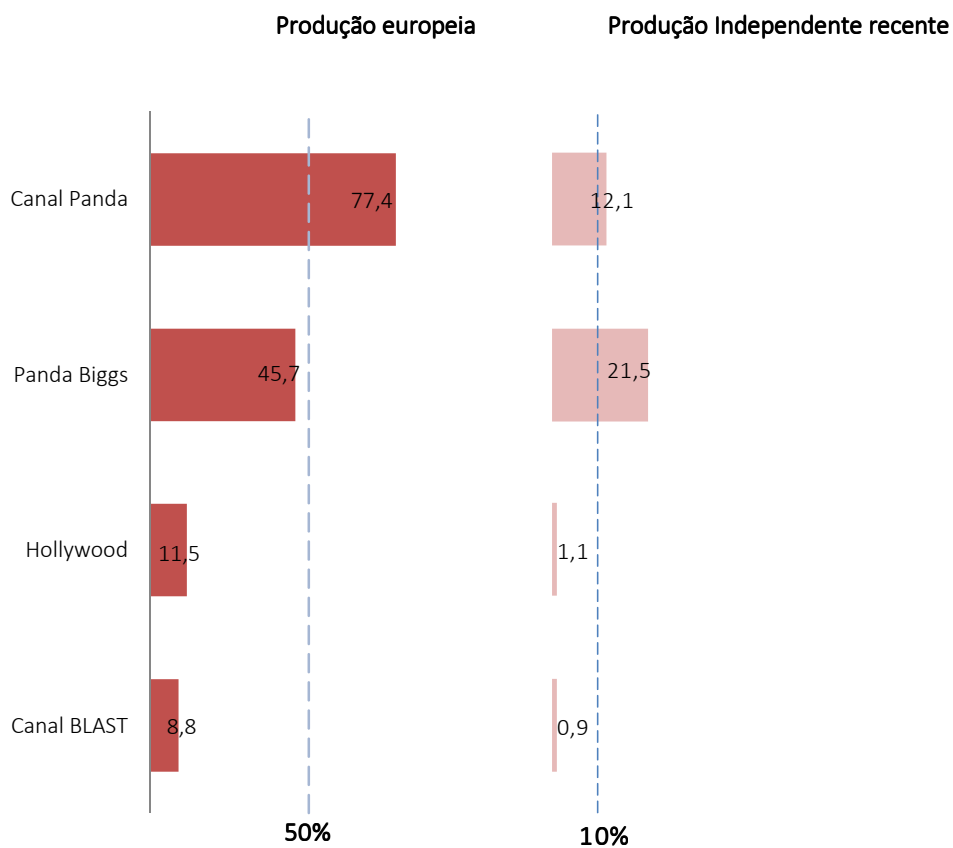


Nenhum dos serviços de programas temáticos de cinema e séries do operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., atinge a quota de obras europeias prevista no n.º 1 do artigo 45.º da LTSAP, verificando-se uma tendência de descida em todos os serviços, à exceção do TVC4.

Quanto à produção independente recente, o TVC1 e o TVC2 cumprem a quota mínima, já o TVC3 e TVC4 situam-se aquém desta.

- DREAMIA

Fig. 6 – Produção europeia e produção independente recente (%)

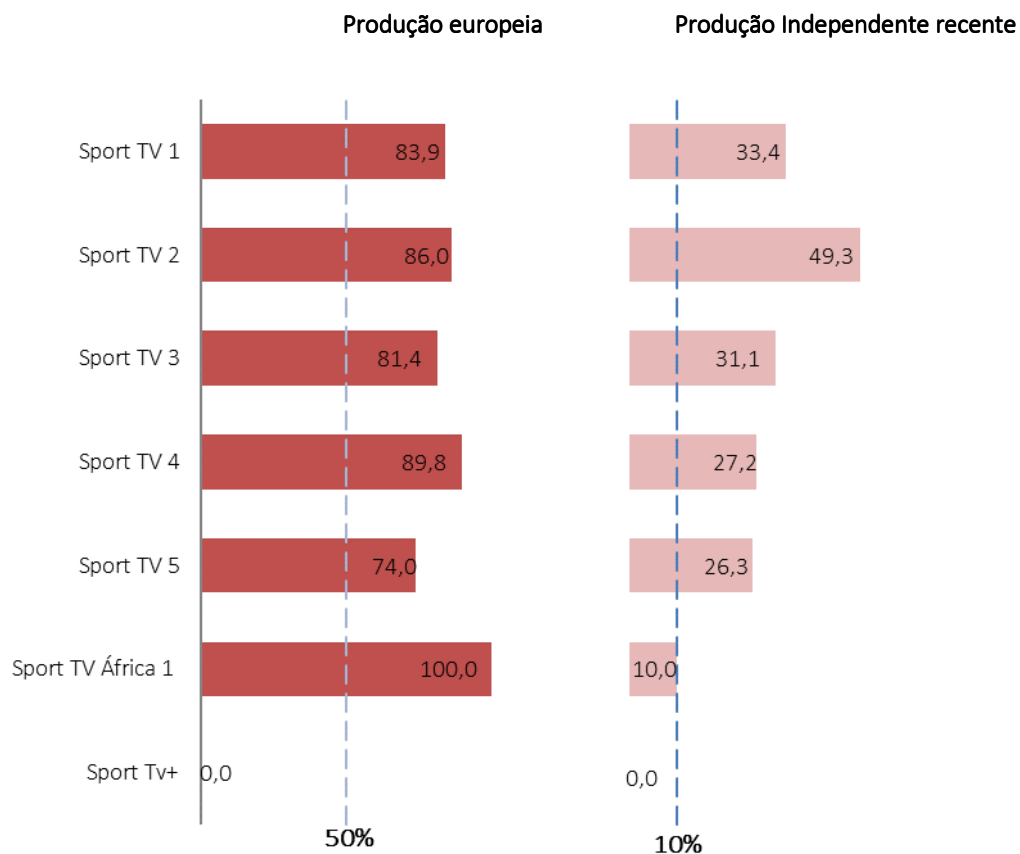


Os serviços de programas do operador DREAMIA, à exceção do BIGGS, revelam subidas na transmissão de obras europeias, relativamente aos valores alcançados em 2018. Contudo, só o Canal Panda tem uma percentagem maioritária das emissões com produção europeia.

Quanto à produção independente recente, apenas o Canal Panda e o BIGGS ultrapassaram a quota prevista, tendo os serviços deste operador apresentado subidas face ao ano anterior mais significativas no serviço de programas BIGGS.

- SPORT TV PORTUGAL

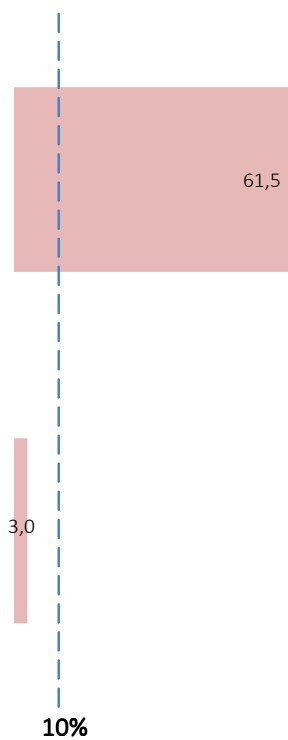
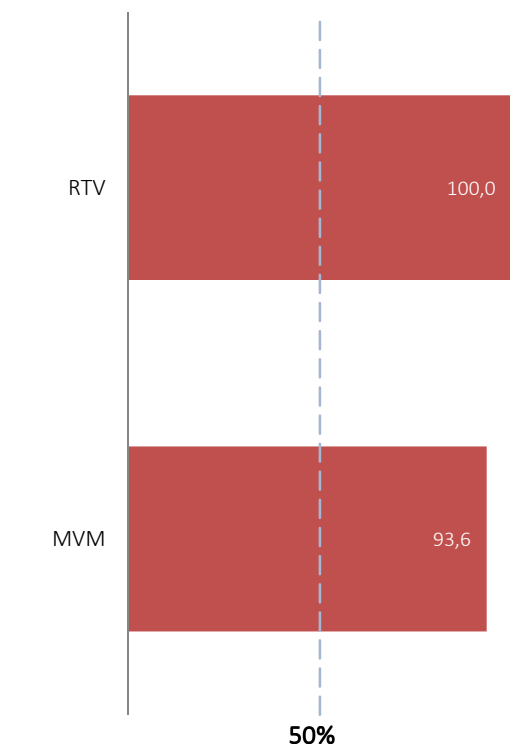
Fig. 7 – Produção europeia e produção independente recente (%)



Os serviços de programas do operador Sport TV apresentaram percentagens maioritárias de obras europeias em todos os serviços, à exceção da SPORT TV+. Tendo em atenção que a maior parte da sua programação é constituída por manifestações desportivas, as quais são excluídas para estes apuramentos, regista-se um cumprimento quase generalizado na produção independente recente, à exceção da SPORT TV+.

- NEXT TV – Televisão, Rádio e Multimédia

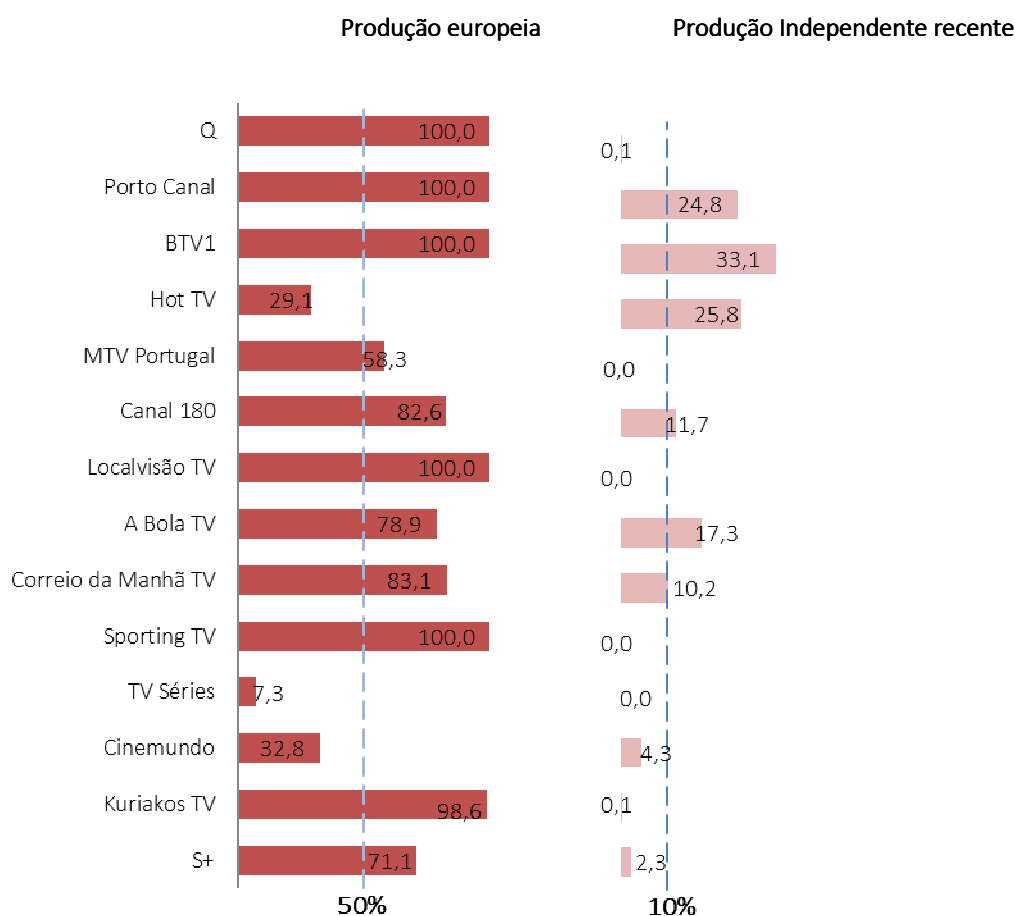
Fig. 8 – Produção europeia e produção independente recente (%)
Produção europeia Produção Independente recente



Os serviços de programas RTV e MVM, do operador NEXTV, continuam a transmitir uma percentagem elevada de obras de produção europeia, com valores próximos de 100 % . No que diz respeito às obras de produção independente recente, apenas a RTV apresenta valores acima dos 10 %, situando-se o MVM nos 3 %, mas com subida de dois pontos percentuais face a 2018.

- **Outros serviços de programas de televisão**

Fig. 9 – Produção europeia e produção independente recente (%)



Relativamente aos operadores que só detêm um serviço de programas, regista-se uma grande disparidade ao nível da incorporação de obras de produção europeia na programação, o que se deve à especificidade das temáticas dos serviços em análise. Assim, encontramos serviços a apresentar uma percentagem máxima, tais como o Canal Q, Porto Canal, BTV1, Localvisão e Sporting TV, e a TV Séries, Hot TV e Cinemundo com uma percentagem aquém do determinado.

Quanto à produção independente recente, seis serviços apresentaram valores acima do estipulado, sendo a percentagem nula no MTV Portugal, Localvisão e Sporting TV e residual, abaixo de 1 %, nos serviços Q e Kuriakos TV.

5. OBRAS CRIATIVAS DE PRODUÇÃO INDEPENDENTE EUROPEIA RECENTE, EM LÍNGUA PORTUGUESA

A Lei n.º 8/2011, de 11 de abril, introduziu no n.º 2, do artigo 46.º, regras específicas para os serviços de programas generalistas. Assim, estes «devem dedicar pelo menos metade do tempo da percentagem da programação» referida no número anterior «à difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos».

Fig. 10 – Obras criativas de produção europeia independente em língua portuguesa

Operador	Serviços de programas	Obras criativas de produção independente europeia recente, em língua portuguesa
RTP	RTP1	24,3%
	RTP2	10,0%
SIC	SIC	54,8%
TVI	TVI	21,3%
Avenida dos Aliados	Porto Canal	23,9%
Cofina	CMTV	5,6%

De acordo com os dados apurados, esse valor foi amplamente ultrapassado pelos serviços de programas generalistas de acesso não condicionado livre. A SIC apresentou o volume de horas mais elevado, o qual representa percentualmente mais de metade da totalidade de produção independente recente (54,8 %).

De assinalar que o serviço de programas generalista de acesso não condicionado com assinatura CMTV atingiu pela primeira vez a percentagem mínima, o que se deve à exibição de uma telenovela de produção nacional independente.

6. PRODUÇÃO EUROPEIA NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS A PEDIDO

No quadro da Figura 11 constam as percentagens relativas à incorporação de obras de produção europeia dos serviços audiovisuais a pedido, tal como disposto no n.º 2 do artigo 45.º da LTSAP, «[...] devem contribuir para a promoção de obras europeias, designadamente através da contribuição financeira para a sua produção ou da sua incorporação progressiva no respetivo catálogo».

Assinala-se ainda a percentagem de obras recentes, produzidas nos últimos 5 anos, incorporadas nos catálogos e qual a percentagem de obras de 2019.

Fig. 11 – Produção europeia nos VoD

Operadores de distribuição VOD 2019	N.º de obras em catálogo	N.º de obras europeias	% europeias	% Obras Recentes	Obras inseridas em catálogo em 2019
NOWO - Communications, S.A.	3316	1038	31,3	14,0	1,1
Vodafone Portugal, S.A.	21121	6340	30,0	11,2	0,4
MEO - PT Comunicações, S.A.	31468	4986	15,8	5,5	0,0
NOS Comunicações, S.A.	35545	10509	29,6	13,7	3,7

Relativamente aos operadores de distribuição com serviços de VoD, verifica-se uma integração de obras europeias não proporcional ao número total de obras disponibilizadas pelos operadores.

A NOWO é a que apresenta um menor número de obras em catálogo, mas a maior percentagem de obras europeias, seguida da Vodafone. Ambos os serviços atingem os 30 % de incorporação. A NOS é o serviço que apresenta o maior número de obras em catálogo e uma percentagem aproximada dos 30 %, tendo 13,7 % do catálogo disponibilizado obras recentes. A MEO é o serviço audiovisual a pedido com menor percentagem de obras europeias, 15,8 % e também com a menor incorporação de obras recentes, 5,5 %. De salientar que o serviço VoD que incorpora a maior percentagem de obras produzidas, em 2019, no catálogo do mesmo ano é a NOS, com 3,7 %.

O MERCADO AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

1. VISÃO GLOBAL

O mercado de conteúdos audiovisuais tem-se desenvolvido nos últimos anos, com uma posição cada vez mais polarizada quer ao nível de conteúdos, quer de novas estratégias de produção e coprodução.

Contudo, a entrada de novos *players* no mercado vem trazer desafios acrescidos aos *media* tradicionais, nomeadamente os serviços de programas lineares que têm de se reposicionar face à presença das *majors* com estratégias de posicionamento associadas às telecoms e com um forte investimento transnacional.

A presença *online* dos serviços de programas audiovisuais lineares torna-se uma realidade de forma a desenvolverem estratégias de proximidade com os telespectadores.

Entre ecrãs e com uma visão mais customizada de consumo, os utilizadores dispõem de uma panóplia de conteúdos que podem ver em tempo real ou conforme as suas necessidades.

A produção de conteúdos, ainda que incentivada por algum investimento público, é determinada pelos grandes produtores internacionais, nomeadamente de origem norte-americana. Contudo novos mercados começam a emergir neste setor.

A audiência fragmentada e a segmentação dos conteúdos colocam os serviços de programas generalistas em sinal aberto como o *mainstream* dos serviços audiovisuais, dirigidos a um público-alvo com características mais homogéneas.

Assim, pretende-se traçar um quadro geral sobre o papel da produção nacional e independente na programação dos principais serviços de programas generalistas, em sinal aberto (RTP1, RTP2, SIC e TVI).

Através de uma retrospectiva das obras criativas que são emitidas nos serviços de programas generalistas e temáticos infantis/juvenis (Canal Panda, Biggs e SICK), em 2019, avalia-se a dinâmica da produção audiovisual dirigida ao público infantil-juvenil. As análises setoriais, programação cinematográfica e infantil-juvenil são feitas sobre os tempos das primeiras exibições.

Os dados apresentados neste relatório têm como fontes o portal de televisão da ERC, dados fornecidos pelos operadores de televisão e o YUMI, da Mediamonitor.

O levantamento dos indicadores e consequente análise tiveram por base os seguintes pontos:

- Serviços de programas autorizados, em Portugal;
- Autorizações, renovações e revogações de serviços de programas televisivos;
- Programas de 1.ª exibição e repetições;
- Produção independente de origem nacional e estrangeira;

- Produção nacional independente;
- Géneros de produção nacional independente;
- *Ranking* das produtoras nacionais independentes;
- Principais países fornecedores de conteúdos para o mercado nacional;
- Mercado cinematográfico nos serviços generalistas;
- Produção infantil-juvenil nos serviços de programas generalistas vs temáticos infantis-juvenis.

2. SERVIÇOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS: EMISSÃO LINEAR

SERVIÇOS DE PROGRAMAS AUTORIZADOS EM PORTUGAL ENTRE 2006-2019

Desde a criação da ERC, entre 2006 e 2019, foram autorizados sob jurisdição nacional, ao abrigo da Lei da Televisão, nas suas diversas versões, 59 serviços de programas. Em exercício, no final de 2019, contavam-se 62 serviços de programas, nos quais se incluem os serviços de programas da RTP que se encontram ao abrigo do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.

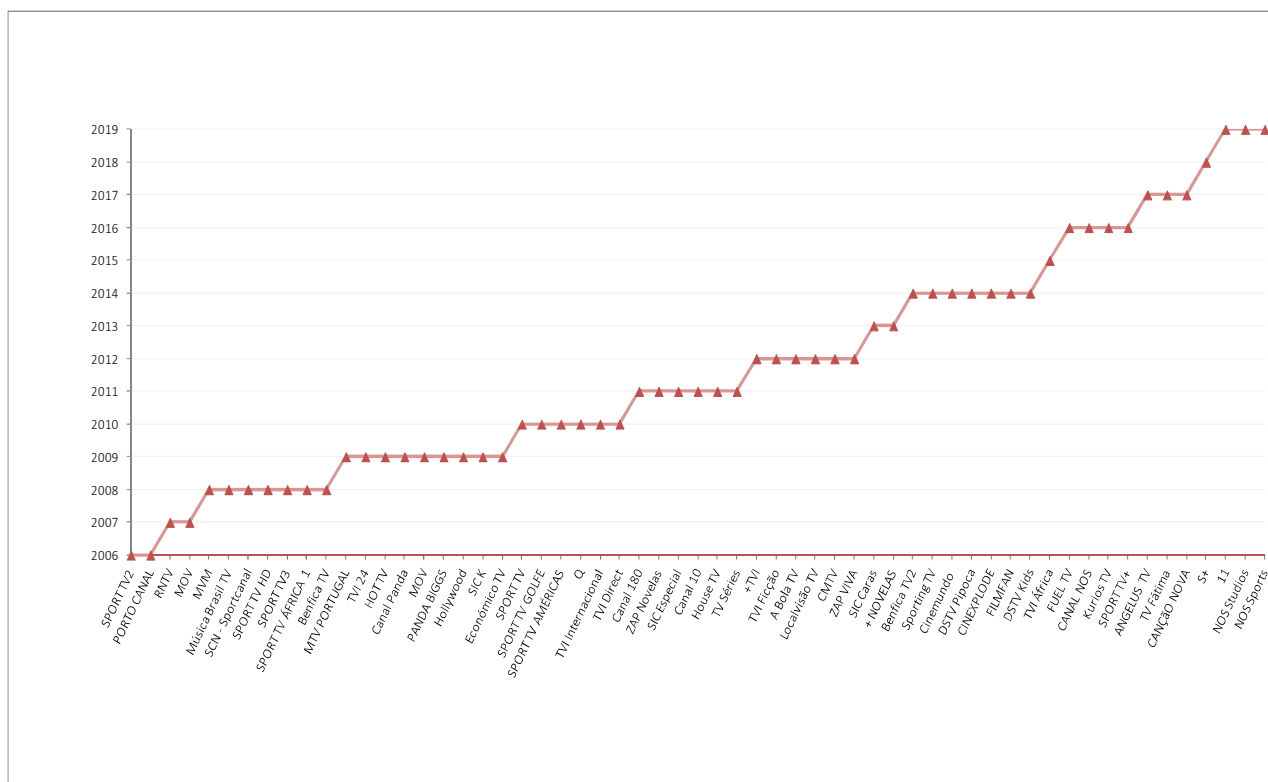
De assinalar que as primeiras deliberações da ERC de autorização de novos serviços de programas de televisão datam de 2006 e foram requeridas pelos operadores SPORT TV Portugal, S.A., para o SPORT TV3, embora no mesmo ano o serviço tenha alterado a denominação para SPORT TV2 (nome que consta na Figura 1), e pelo operador Avenida dos Aliados - Sociedade de Comunicação, S.A., para o Porto Canal.

Assinala-se ainda que, na Figura 1, consta duas vezes o serviço de programas MOV, pois foi alvo de dois processos de autorização, em 2007 pelo operador PT CONTEÚDOS – Actividade e Produção de Conteúdos, S.A. e em 2019, pelo operador DREAMIA – Serviços de Televisão, S.A. O serviço de programas manteve a mesma denominação

Dos serviços autorizados, a esmagadora maioria são temáticos, sendo que algumas autorizações já foram revogadas, quer por ausência de fundamento editorial para a continuidade do projeto, quer por condicionalismos socioeconómicos que não permitiram a viabilidade/continuidade do projeto.

De acordo com a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), já se procedeu à alteração de projeto (artigo 21.º da LTSAP) de alguns serviços de programas, justificada pelas condições de mercado. De assinalar que o serviço de programas SIC Radical requereu a alteração de projeto quanto à tipologia de generalista para temático de entretenimento (Deliberação 8/2013 (AUT-TV), de 9 de janeiro) e o Porto Canal de temático de informação centrado na região Norte para generalista (Deliberação ERC/2016/217 (AUT-TV), de 21 de setembro).

Fig. 1 – Deliberações referentes ao exercício de atividade televisiva entre 2006-2019



AUTORIZAÇÕES, AVALIAÇÕES, RENOVAÇÕES E REVOGAÇÕES -2019

Em 2019, a ERC atribuiu autorização para o exercício da atividade de televisão a três novos serviços de programas, dois do operador NOS Lusomundo TV, S.A., um temático de cinema e séries, NOS Studios, e um de desporto, NOS Sports, e outro com a temática de desporto, do operador C11 – Multimédia Unipessoal, Lda.

A requerimento do operador Sandra Bastos Dias Unipessoal, Lda., foi revogada a autorização do serviço de programas Angelus TV.

Foi ainda renovada a autorização do serviço TV Cine 3, ao operador NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A., dando cumprimento ao disposto no artigo 22.º da LTSAP.

Fig. 2 – Deliberações referentes ao exercício de atividade televisiva/2019

Deliberações	Operador	Serviço de Programas	Tipologia	Âmbito de Cobertura	Acesso
AUTORIZAÇÕES					
ERC/2019/122 (AUT-TV), 8 de maio	C11- Multimédia, Unipessoal, Lda.	11	temático/desporto	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2019/123 (AUT-TV), 8 de maio	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.	NOS Studios	temático/cinema	nacional	condicionado
ERC/2019/124 (AUT-TV), 8 de maio	NOS LUSOMUNDO TV, S.A.	NOS Sports	temático/ desporto	nacional	condicionado
AVALIAÇÕES INTERCALARES					
ERC/2019/26 (AUT-TV), 30 de janeiro	SPORT TV Portugal, S.A.	SPORT TV3	temático/desporto	nacional	condicionado
ERC/2019/96 (AUT-TV), 7 de março	SIC - Sociedade Independente de Comunicação, SA	SIC Caras	temático/entretenimento	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2019/143 (AUT-TV), 15 de maio	SPORT TV Portugal, S.A.	SPORT TV África 1	temático/desporto	internacional	condicionado
ERC/2019/253 (AUT-TV), 4 de setembro	TVI- Televisão Independente, S.A.	TVI24	temático/informação	nacional	não condicionado, com assinatura
ERC/2019/339 (AUT-TV), 11 de dezembro	MTV Networks, Lda.	MTV Portugal	temático/música	nacional	não condicionado, com assinatura
RENOVAÇÕES					
ERC/2019/106 (AUT-TV), 3 de abril	NOSPUB, Publicidade e Conteúdos, S.A.	TV Cine 3	temático/cinema	nacional	condicionado
REVOGAÇÃO					
ERC/2019/184 (AUT-TV), 3 de julho	Sandra Bastos Dias Unipessoal, Lda.	Angelus Tv	temático/religioso	nacional	não condicionado, com assinatura

Nos termos do disposto no artigo 23.º da LTSAP, foram concluídas, em 2019, as avaliações intercalares relativas aos serviços de programas SPORT TV3, SIC Caras, SPORT TV África 1, TVI24 e MTV Portugal.

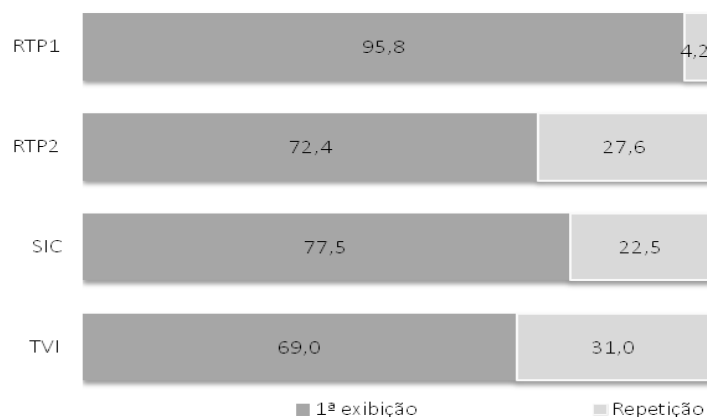
TEMPO TOTAL DE PROGRAMAS

O tempo total de programas emitido nos quatro serviços de programas generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI é repartido por programas de 1.ª exibição e de repetição, retirando-se as exclusões previstas pela Diretiva SCSA, isto é, os tempos dos programas de informação, de desporto, os serviços religiosos, os tempos de antena e as mensagens de publicidade.

Fig.3 - Total de programas - 1ª exibição e repetição – 2019

Total de programas - 1ª exibição e repetição - 2019						
Operadores	Serviços generalistas	1ª exibição		repetição		Programas h
		h	%	h	%	
RTP	RTP 1	4118	95,8	182	4,2	4300
	RTP 2	4220	72,4	1611	27,6	5831
SIC	SIC	3700	77,5	1075	22,5	4775
TVI	TVI	3189	69,0	1436	31,0	4625
Total		15 227	78,7	4304	21,3	19 531

Fig.4 – Programas de 1.ª exibição e de repetição (%)



Os programas de 1ª exibição ocuparam a maior parte da programação no tempo total de programas, sendo que a RTP1 é o serviço que mais percentagem dedicou a programas de 1ª exibição, seguida da SIC, RTP2 e, por último, da TVI.

Os programas de repetição representam, em média, 4 % a 31 % da programação de cada serviço de programas, assinalando a sua subida face ao ano anterior, na RTP2 e SIC. A RTP1, que tinha mais de 10 % de programas de repetição em 2018, desceu cerca de seis pontos percentuais. Igual descida, foi manifestada pela TVI que exhibe menos programas de repetição, em 2019.

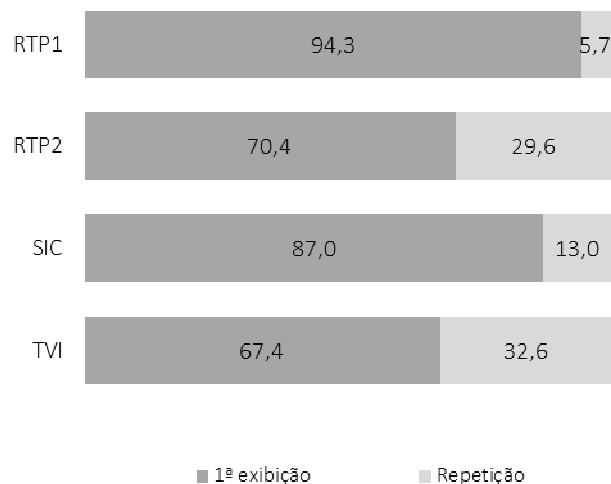
PRODUÇÃO INDEPENDENTE

Os tempos e percentagens de programação independente incluem as produções de origem nacional e estrangeira, emitidas nos serviços de programas generalistas.

Fig.5 - Produção independente – 2019

Operadores	Serviços generalistas	Programas (total)	Produção independente		1ª exibição		repetição	
		h	h	%	h	%	h	%
RTP	RTP 1	4300	2167	50,4	2043	94,3	124	5,7
	RTP 2	5831	3447	59,1	2427	70,4	1020	29,6
SIC	SIC	4775	3064	64,2	2666	87,0	398	13,0
TVI	TVI	4625	2278	49,3	1535	67,4	743	32,6
Total		19 531	10 956	56,1	8671	79,1	2285	20,9

Fig.6 – Programas de produção independente – 1.ª exibição e repetição (%)



Verifica-se que, no total dos quatro serviços generalistas, foram exibidas 10 956 horas de produção independente. A RTP2 foi o serviço que mais tempo lhe dedicou, e a RTP1, o que menor volume de horas exibiu. Dos operadores privados, a TVI continua a ser o serviço de programas que exhibe menor volume de horas de produção independente. Assinala-se que a SIC foi o serviço que mais tempo dedicou a programas de 1ª exibição, embora a maior percentagem seja da RTP1 face ao número de horas de programação total.

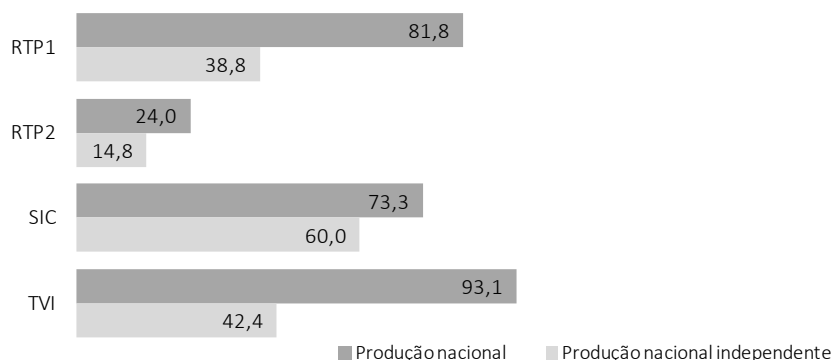
PRODUÇÃO NACIONAL

Os tempos de produção nacional e nacional independente resultam dos programas de primeira exibição.

Fig.7 – Programas de produção nacional e nacional independente- 2019

Operadores	Serviços generalistas	Total de programas	Produção nacional		Produção nacional independente	
		h	h	%	h	%
RTP	RTP1	4300	3518	81,8	1667	38,8
	RTP2	5831	1398	24,0	863	14,8
SIC	SIC	4775	3498	73,3	2863	60,0
TVI	TVI	4625	4307	93,1	1961	42,4
Total		19 531	12 721	65,1	7354	33,1

Fig.8 – Programas de produção nacional e produção nacional independente (%)



O volume de produções de origem nacional, no conjunto dos quatro serviços de programas generalistas, representa uma percentagem maioritária do total de programas exibidos nos referidos serviços, 65,1 %. Assinala-se que o volume de horas de produção nacional subiu face a 2018, assim como a percentagem de obras de primeira exibição, que aumentou mais dez pontos percentuais.

A TVI foi o serviço de programas que exibiu o maior número de horas de produção nacional, e a RTP2, o menor.

Já na produção nacional independente, a SIC incorporou a maior percentagem, com 60 % do tempo total de programas, seguida da TVI, com 42,4 % e da RTP1, com 38,8 %. O segundo serviço do operador público apresenta a percentagem mais baixa dos últimos anos, 14,8 %.

GÉNEROS DE PRODUÇÃO NACIONAL INDEPENDENTE NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

Os géneros mais expressivos da produção nacional independente são repartidos pelos géneros ficção, infantis/juvenis, entretenimento e culturais/conhecimento. Nas figuras seguintes, serão apresentados, na globalidade, os tempos de programas de 1.ª exibição.

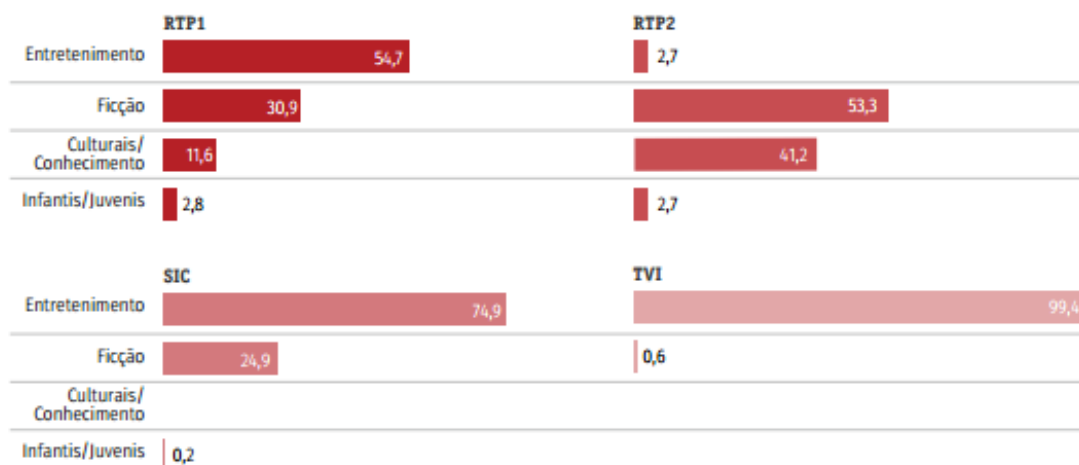
Fig.9 - Géneros de produção nacional independente 2019 (horas)

Géneros	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Total
Ficção	485	408	638	8	1539
Infantis/Juvenis	44	21	6	0	71
Entretenimento	858	21	1922	1341	4142
Culturais/Conhecimento	182	315	0	0	497
Total	1569	765	2566	1349	6249

O género mais representativo, no conjunto dos quatro serviços generalistas, é o entretenimento, com 4142 horas, seguido pela ficção, com 1539 horas, programas culturais, com 497 horas, e infantis/juvenis, com 71 horas. A maior descida no volume de horas por género, face a 2018, é nos programas infantis/juvenis, que representa um

volume de horas inferior a um terço do ano anterior (248 horas).

Fig.10 – Percentagens por canal/géneros de produção nacional independente



Os serviços de programas da RTP exibem conteúdos de produção nacional independente em todos os géneros, com especial enfoque no entretenimento, na RTP1, e, na ficção, na RTP2. Assiste-se a um decréscimo significativo de produção nacional independente na RTP2, no género infantil/juvenil.

Nos serviços de programas privados, a TVI deu especial destaque aos conteúdos de entretenimento, que representam 99,4 % da programação nacional independente, seguida da SIC, com 74,9 %. O segundo conteúdo com maior representatividade é a ficção, com 24,9 %, na SIC, e 0,6 %, na TVI.

Relativamente a 2018, ano em que havia alcançado 45,6 %, a SIC reduziu para metade a percentagem de conteúdos de ficção nacional independente.

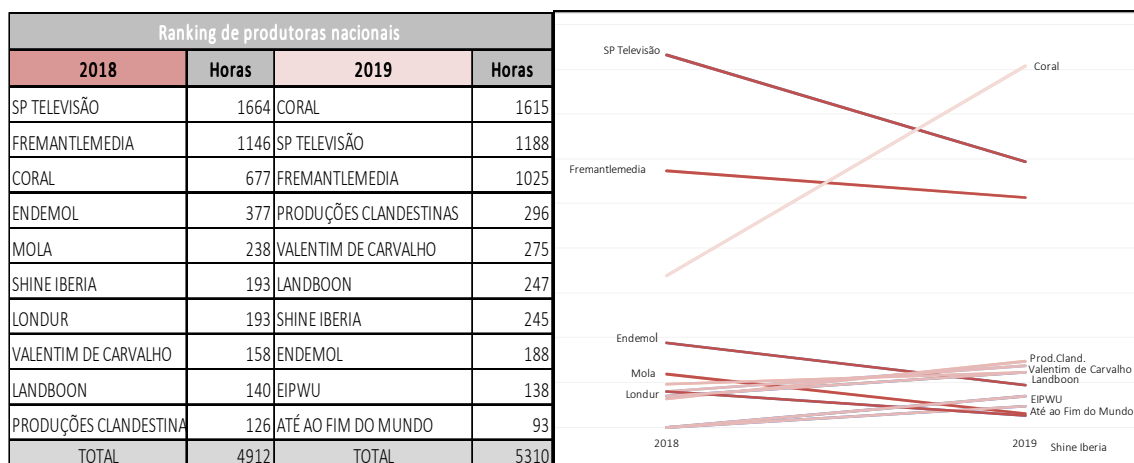
PRINCIPAIS PRODUTORAS NACIONAIS NO MERCADO INTERNO

As produtoras nacionais com maior impacto na indústria do audiovisual podem ser sistematizadas num *ranking* das dez com maior distribuição pelos serviços de programas generalistas.

De forma a aferirem-se as alterações do mercado de produtoras nacionais, foi feito um levantamento das produtoras com o maior número de horas exibidas nos serviços de programas generalistas em análise.

Fig. 11 - *Ranking* das principais produtoras nacionais- 2018/2019 (horas)

ERC – Relatório de Regulação 2019



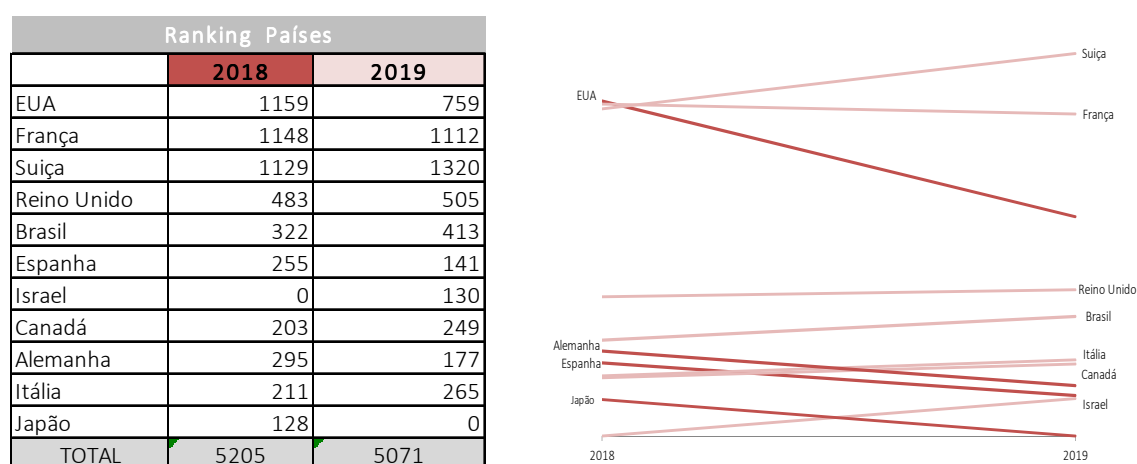
No cômputo geral dos conteúdos provenientes de produtoras nacionais independentes, regista-se um aumento do volume de horas produzidas pelas produtoras presentes no *ranking*, de 4912h, em 2018, para 5310h, em 2019.

Em 2019, a Coral passa a ocupar a posição cimeira do *ranking*, seguida pela SP Televisão e pela Fremantlemedia. Embora com ordem desfasada relativamente a 2018, as três produtoras nacionais com maior volume de produção independente, exibida nos serviços generalistas em sinal aberto, representam mais de dois terços do total da produção do *ranking*: 3828h, em 2019.

É ainda de assinalar que se regista a entrada de duas novas produtoras para o *ranking*, a EIPWU e a Até ao Fim do Mundo.

PRINCIPAIS PAÍSES PRODUTORES DE CONTEÚDOS PARA O MERCADO INTERNO

Fig. 12 - Principais países fornecedores de conteúdos televisivos para Portugal - 2018/2019 (horas)



Em 2019, é a Suíça que assume o papel de liderança dos principais países fornecedores de conteúdos para os serviços de programas generalistas, seguida da França. Já os EUA apresentam uma queda assinalável, face a 2018.

Destarte, o predomínio da Suíça está associado à exibição de conteúdos infantis/juvenis no operador do serviço público.

O Reino Unido aumenta o número de horas e ocupa a quarta posição no *ranking*. Relativamente a 2018, assiste-se a um aumento do número de horas com origem no Brasil, Itália, Canadá e Israel.

Já em 2018, Israel surge como um país importador de conteúdos infantis/juvenis para Portugal, embora pela primeira vez assuma uma posição no *ranking*.

MERCADO CINEMATOGRAFICO NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS

A análise subsequente pretende caracterizar o panorama das produções cinematográficas (filmes, telefilmes e curtas-metragens) exibidas nos quatro serviços de programas generalistas, em sinal aberto, em 2019, tendo por base de incidência a origem da produção. De forma a consolidar dados, foi ainda feita uma recolha de dados comparativos, face a 2018.

A “origem da produção” foi distribuída pelos seguintes itens: de produção portuguesa, sob a epígrafe produção nacional, Europa, América Latina, coprodução, correspondendo às produções nas quais participa, pelo menos, um país europeu, EUA e, por último, um conjunto de países que, pela sua diminuta expressividade, foram agrupados por resto do mundo.

Fig.13 – Evolução da produção nacional (horas)

Produção Nacional	2018	2019
RTP1	55	57
RTP2	59	86
SIC	0	28
TVI	32	9
Total	146	180

O operador de serviço público é aquele que exhibe mais horas de produção de origem nacional, apresentando uma tendência crescente em relação ao ano anterior no primeiro serviço de programas. De realçar que o peso da produção nacional na SIC subiu relativamente a 2018, em que era inexistente, e desceu na TVI.

Fig.14- Origem das obras cinematográficas (horas)

Origem da produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Produção nacional	57	86	28	9
Europa	35	62	12	5
América Latina	0	2	0	0
Brasil	0	8	0	0
Coprodução	84	149	210	41
EUA	221	21	396	108
Resto do mundo	9	34	10	2
Total	406	362	656	165

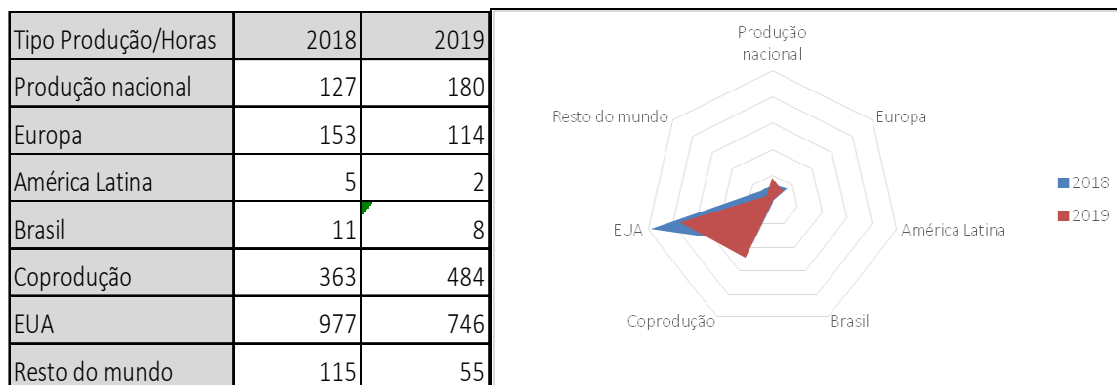
Entre os quatro serviços generalistas, o serviço que deu maior destaque à exibição de obras cinematográficas foi SIC. Os serviços de programas do operador público apresentam, no seu conjunto, um tempo total aproximadamente igual ao da SIC.

Enquanto na RTP2 a origem das obras é resultado de coproduções com a Europa, na RTP1 a maioria tem como proveniência os EUA.

A TVI é o serviço que apresenta um menor volume de horas de exibição de obras cinematográficas, a exemplo do que aconteceu nos anos anteriores.

As obras cinematográficas com origem na América Latina e no Brasil têm um papel muito residual nos serviços em análise. Apenas a RTP2 apresenta obras com as referidas origens.

Fig. 15- Origem das produções cinematográficas (horas)



No conjunto dos quatro serviços de programas, os EUA continuam a ser o país com maior predominância nas produções cinematográficas, seguindo-se as coproduções, em que participa pelo menos um país europeu e a Europa, tal como já verificado nos anos anteriores. Já as produções cinematográficas com origem na América Latina apresentam um volume de horas residual. De assinalar a subida de exibições de obras de produção nacional.

PRODUÇÃO INFANTIL-JUVENIL NOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS GENERALISTAS VS TEMÁTICOS INFANTIS-JUVENIS

A programação infantil/juvenil tem especial interesse nos operadores de televisão, nomeadamente pela existência de três serviços temáticos a ela integralmente dedicados. Em seguida, são analisados os serviços de programas generalistas, em sinal aberto, RTP1, RTP2, SIC e TVI, e temáticos infanto-juvenis, Canal Panda, Biggs e SIC K.

A origem de produção dos programas e a influência que exerce sobre este segmento de mercado constituem elementos de análise significativos na definição dos conteúdos constantes deste macro género de programação. Outro elemento de análise será a reflexão sobre a importância destas produções no contexto audiovisual.

Assim, foi analisada a evolução do número de horas de programas de primeira exibição, transmitidos pelos diversos serviços ao longo dos últimos cinco anos. Além disso, verificou-se o peso do país de origem em cada serviço de programas e a distribuição da produção exibida proveniente dos diversos continentes.

Metodologicamente, os valores a seguir analisados foram apurados com base no universo da programação de 2019, sendo resultado do tempo total de emissão, com exceção dos tempos reservados à publicidade, nos serviços de programas temáticos.

Nos serviços de programas generalistas apenas foi analisado o tempo correspondente à exibição de programas infantis-juvenis.

Fig.16- Evolução dos tempos de programação infantil-juvenil - 1ª exibição (horas)

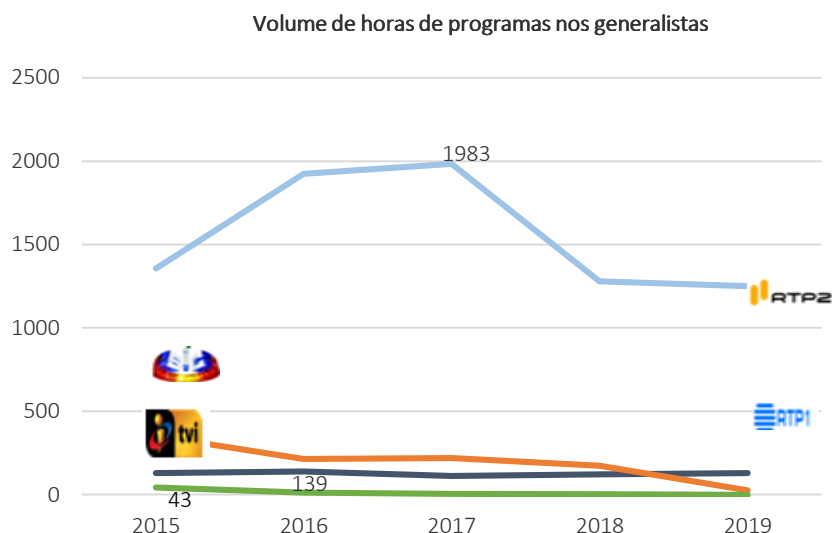
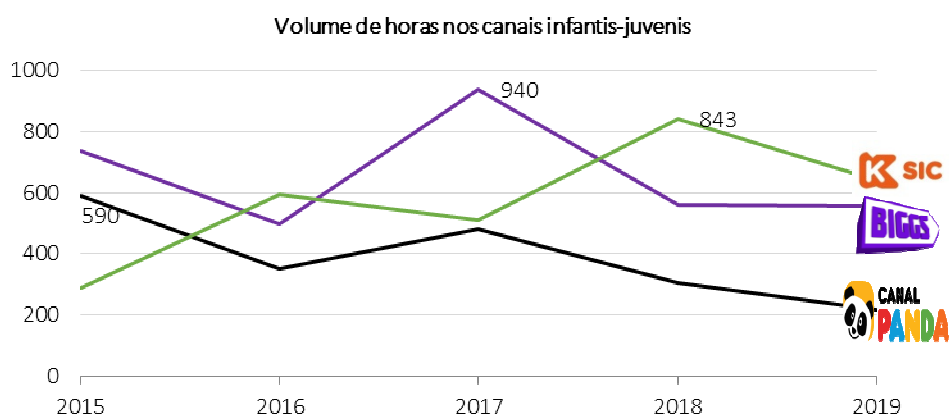


Fig.17- Evolução dos tempos de programação infantil-juvenil - 1ª exibição (horas)



De salientar que 2019 foi o ano em que se exibiu o menor número de horas de programação infantil/juvenil de primeira exibição, quer nos serviços generalistas, quer no temático Canal Panda. Quer o Biggs, quer o SIC K, embora com anos de menor produção de primeira exibição, diminuíram as horas em relação a 2018.

A nível dos canais generalistas, realça-se a RTP2 com o maior volume de horas em todos os anos, atingindo o pico, em 2017, com 1983h.

Já nos restantes serviços generalistas, o volume tem vindo a decrescer. Salienta-se que a TVI não exibiu qualquer programação infantil/juvenil como primeira exibição, em 2019.

Quanto aos serviços de programas temáticos, em 2019, assistiu-se a um decréscimo do volume de horas em todos os serviços de programas, designadamente no Canal Panda que apenas exibiu 216 horas de programas de primeira exibição. Atente-se que o serviço é um temático infantil/juvenil que apenas emite produção inserida neste género.

Fig.18 - Origem das produções infantis-juvenis nos serviços generalistas (hh:mm:ss)

País Produção	RTP1	RTP2	SIC	TVI	Totais
África do Sul		1:21:56			1:21:56
Alemanha		48:06:15	6:38:32		54:44:47
Austrália		66:34:16			66:34:16
Bélgica		3:57:46			3:57:46
Brasil		33:17:39			33:17:39
Canadá		178:51:19			178:51:19
Chile		4:51:30			4:51:30
Coreia do Sul		14:33:44			14:33:44
Dinamarca			0:21:07		0:21:07
Espanha	15:53:56	30:54:23			46:48:19
EUA		63:50:06	17:20:02		81:10:08
França	19:41:56	487:10:51			506:52:47
Holanda		1:04:18			1:04:18
Irlanda	0:42:05	26:25:37			27:07:42
Israel		23:20:07			23:20:07
Itália		29:23:36			29:23:36
Japão		17:05:27			17:05:27
Noruega		2:26:58			2:26:58
Portugal	79:03:30	3:07:58	2:19:37		84:31:05
Reino Unido		204:34:53			204:34:53
República Checa		0:24:45			0:24:45
Rússia		6:00:04			6:00:04
Suíça	15:19:34	2:33:07			17:52:41
Total	130:41:01	1249:56:35	26:39:18	0:00:00	1407:16:54

Numa análise conjunta e para os serviços generalistas, assiste-se a uma supremacia dos conteúdos provenientes de França, seguido do Reino Unido e do Canadá. Assinala-se a queda acentuada dos EUA com obras de primeira exibição. Ao longo de 2019, não foram exibidas obras de primeira exibição, na RTP1 e na TVI, com origem nos EUA. De assinalar que, fora do espaço europeu, o Canadá continua com expressividade neste tipo de programação, com especial destaque, na RTP2.

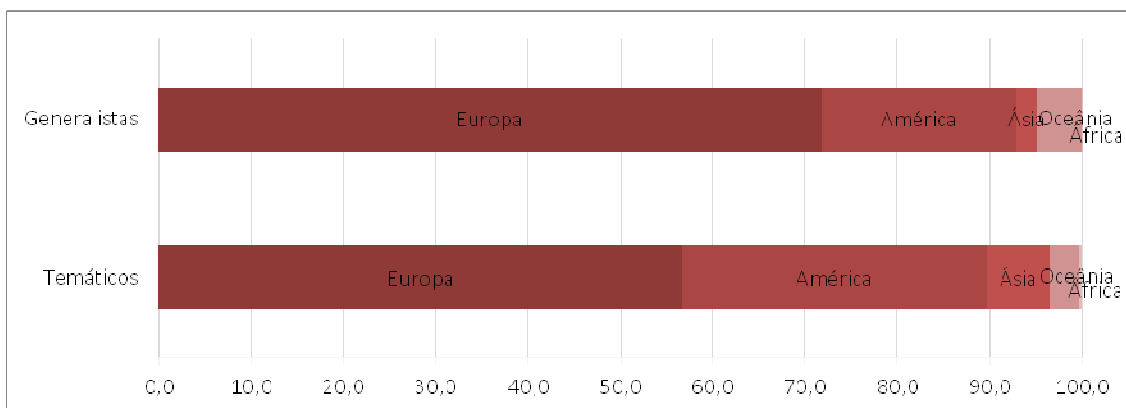
Fig.19 - Origem das produções infantis-juvenis nos serviços temáticos (hh:mm:ss)

País Produção	Canal Panda	Biggs	SIC K	Totais
---------------	-------------	-------	-------	--------

África do Sul			4:48:35	4:48:35
Alemanha	16:08:45		8:42:25	24:51:10
Argentina		29:23:12	29:50:42	59:13:54
Austrália			44:26:46	44:26:46
Bélgica			1:24:00	1:24:00
Canadá	1:02:20		42:25:37	43:27:57
Coreia do Sul	5:55:20			5:55:20
Dinamarca			16:13:11	16:13:11
Espanha	22:05:52	76:46:21	39:39:18	138:31:31
EUA	62:11:12	136:12:02	166:35:34	364:58:48
França	23:45:35	14:31:12	98:38:06	136:54:53
Holanda	6:07:57		9:47:32	15:55:29
Israel			8:55:11	8:55:11
Itália	9:34:50			9:34:50
Japão		57:20:50	23:09:44	80:30:34
Malásia			9:32:00	9:32:00
Mónaco			2:04:51	2:04:51
Portugal	29:27:57	205:04:51	88:20:05	322:52:53
Reino Unido	38:03:54	36:52:00	51:28:02	126:23:56
Rússia	1:25:00			1:25:00
Total	215:48:42	556:10:28	646:01:39	1418:00:49

Já no cômputo dos serviços temáticos infantis-juvenis a primazia dos programas de primeira exibição é dada aos EUA, seguida de Portugal, Espanha e França com um volume aproximado de horas. Verifica-se ainda que a SIC K é dos três serviços de programas o que garante maior diversidade de origem de produção.

Fig.20 - Origem das produções infantis-juvenis por continente nos serviços generalistas e temáticos (%)



A Europa é o continente que mais se destaca na percentagem de produções infantis-juvenis exibidas, quer nos serviços generalistas, quer nos temáticos.

Refira-se que, incluídos na percentagem referente ao continente americano, estão os conteúdos oriundos de todo o continente, incluindo América do Norte, que dá o maior contributo para a percentagem do continente.

ERC – Relatório de Regulação 2019

Nos conteúdos de primeira exibição, temos vindo a assistir a entradas de produção de países diferentes dos habituais mercados presentes neste género de programas, de que são exemplo a Malásia e Israel.

The logo for ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social) features the letters 'ERC' in a bold, black, sans-serif font. The letter 'C' is stylized with a red-to-white gradient and a circular shape that overlaps the 'R'.

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

Morada

Avenida 24 de Julho, n.º 58
1200-869 Lisboa

Contatos

Tel: +351 210 107 000

Fax: +351 210 107 019

Geral: info@erc.pt